Yaratıcı gençlik platformu

#SayNoToPlastic

Sayı: 39 Fiyatı: 13 TL



www.campaignjr.com

FRP'ler nedir ve bize nasıl yardımcı olurlar

Ayın sanatçısı: Ekin Deniz Kaya

Bilgi'den Cannes'a bir kondüktörün hikayesi

DENİZBANK AÇIKHAVA KONSERLERİ

2 - 9 Temmuz Harbiye Cemil Topuzlu Açıkhava Sahnesi



2 TEMMUZ

CANDAN ERÇETİN



3 ve 6 TEMMUZ

SERTAB'IN MÜZİKALİ



4 TEMMUZ

SELDA BAĞCAN



9 TEMMUZ

AJDA PEKKAN



Semiha Ahmed (29)
JR. Yayın Yönetmeni

Herkes için yaşam hakkı

Geçtiğimiz günlerde Tayland'ın güneyinde kıyıya vuran ve midesinde bulunan 80'in üzerinde, sekiz kilo ağırlığında naylon poşet nedeniyle hayatını kaybeden balina haberlerini görmişsünüzdür. Geçtiğimiz sene de Birleşik Krallık ve Norveç'ten bunun gibi haberler almıştık. Ancak hiçbiri bunun kadar vahim değildi. Bu nedenledir ki National Geographic de Haziran sayısında "Planet or plastic?" konusunu kapağına taşıdı. JR.'ın bu ayki kapağında da Ekin Deniz Kaya, yaşamın hapsedilmesi konusunu hayvanlar ve doğa üzerinden işledi.

Belki kendi başımıza dünyayı kurtarmamız mümkün değil ama düşünebilen varlıklar olarak seçim hakkına sahibiz ve yeryüzüne zarar vermemeyi seçebiliriz. Hem kendimiz hem de sonraki nesiller için daha güzel bir dünyada yaşamak kısmen de olsa bizim elimizde diye düşünüyorum.

Tabii, bir yandan kendimizi de düşünmeyi ihmal etmemeliyiz. İyi ve sağlıklı hissetmediğimiz takdirde çevremizi güzelleştirmemiz mümkün değil. Bunun için de bu sayıda, Yıldırım Ünverdi ve Onur Beşen, hayatımızı daha mutlu kılmamız adına bazı tüyoları bizlerle paylaşıyor. Bunun yanında, Sena Hayta İstanbul dışındaki hayatı aktarmaya devam ederek Ankara, İzmir ve Bodrum'daki ajanslarda çalışan beş kişiyi bizlere tanıtıyor. Ayrıca, editörlerimiz Ceren Caner ve Mehmet Alan, "Kondüktör" isimli belgesel film ile 71. Cannes Film Festivali'ne katılan Bilgi Üniversitesi öğrencileriyle görüşüp tadından yenmez bir söyleşi gerçekleştirdiler.

Dergide başka başka neler var merak ediyorsanız eğer sayfaları hemen şimdi çevirmeye başlayabilirsiniz.

Keyifli okumalar diliyorum.

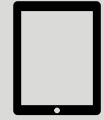


30 Yaş ve Altı için

Yaratıcı gençlik platformu



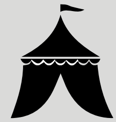
Açık büfe web sitesi campaignjr.com



Tüm mobil cihazlarda varız



Henüz yok, seneye inş.



Gerçek zamanlı, 360, organik etkinlikler



Eğitimlerimiz de var, poğaçalı

@campaignjr | campaignjr | jrbycampaign | junior@campaigntr.com

Yayın Yönetmeni
Semiha Ahmed
semiha@campaigntr.com

Yazı İşleri
Ceren Caner *ceren@campaigntr.com*
Müjde Bayındır *mujde@campaigntr.com*



campaign Türkiye

Köşe Yazarları ve Konuk Yazarların görüşlerinin sorumlulukları kendilerine aittir. Campaign Türkiye, dergisinde yayınlanan ilanların sorumluluğu ilan sahiplerine aittir. Campaign Türkiye, basın ve yayın ilkelerine uymayı taahhüt eder.
ISSN 2146 - 7986

İmtiyaz Sahibi
LIFT Dijital İletişim Hiz. A.Ş. adına
Ömer Erdem omerdem@campaigntr.com

Yönetim
Ertuğ Özdemir **Yönetici Ortak**
ertug@campaigntr.com

Sorumlu Yazı İşleri Müdürü
Onur Ezer onur@lifttr.com

Dijital Operasyon
Mehmet Emrah Konya emrah.konya@lifttr.com

Fotoğraf
Gürkan Çağlar gurkan@lifttr.com

Görsel Yönetmen
Yılmaz Mermer yilmaz@campaigntr.com

Reklam ve Projeler
Onur Ezer onur@lifttr.com
Büşra Furat busra@lifttr.com

Video İçerik
Fatih Yalçınkaya fatih@lifttr.com
Ozan Baş ozan@lifttr.com
Ateş Kantürk ates@lifttr.com

Eğitim academy@lifttr.com

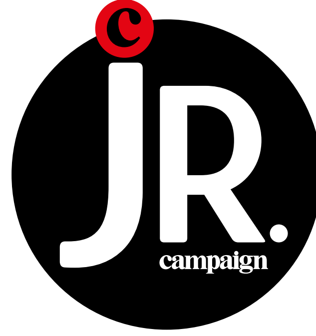
İdari / Mali
Selçuk Ak selcuk@lifttr.com
Cansu Özkaya muhasebe@lifttr.com

Katkıda Bulunanlar
Önder Başoğlu
Mehmet Alan

Baskı
UNIPRINT Basım San. ve Tic. A.Ş.
Ömerli Mah. Hadımköy-İstanbul Cad.
No: 159 34555 Arnavutköy / İstanbul
Tel: 0212 798 2840



LIFT Dijital İletişim Hiz. A.Ş.
Yeşilce Mah. Göktürk Cad. Çeşni Sok.
No:4, Kat:2 Seyrantepe - İstanbul
+90 212 286 3579
www.lifttr.com



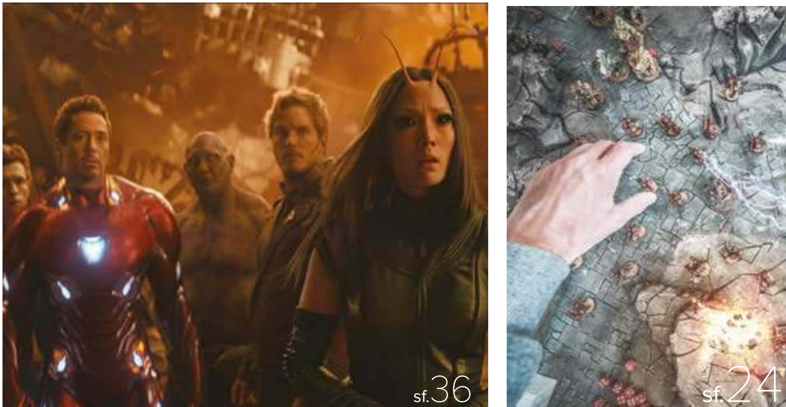
HAZİRAN 2018

sf. 14









CREATIVITY

SERIOUS

CURIOUS

PASSION

PAUSE

7-12 yaş

BKM

Mutfak



Tiyatro Eğitimi

Çalışmalarına Başlıyor!

Eğitmenler



Bülent Çatar



Rüştü Onur Atilla

18 Haziran'da başlayıp 8 hafta sürecek eğitime kayıt olmak ve bilgi almak için:

0212 352 22 33 | kader@bkmonline.net



H&M, **LGBT'yi destekleyen** "Pride" koleksiyonunu çıkarıyor

Sevgide eşitlik adına, tarihinde ilk kez, H&M LGBT'yi destekleyen "Pride" koleksiyonunu hazırladı. H&M, Mayıs'ın 31'inde çıkacak "Pride" temalı bir koleksiyon hazırladığını açıkladı. Koleksiyonun içeriği 70'lerin retro havasına ve canlı renklerine sahip olacak. T-shirt'lerden kotlara tarzlarıyla LGBT'nin tarihini akıllara getirmeye çalışan koleksiyon, H&M'in "Pride" yürüyüşlerine sadece bir moda akımı olarak yaklaşmadığını da gösteriyor.





Big Mac'in **50. yaş günü için** 50 poster

Muhtemelen "fast food" kelimesini duyduğunuzda aklımıza ilk gelen şeylerden biri McDonald's'ın Big Mac'i. Marka, imza hamburgerinin 50. yaş günü için eskileri yad ettiği bir poster serisi hazırladı. 50. yaşında bile, yeniliklere ve trendlerin yarattığı yaratıcılıklara ve tükenmelere tanıklık eden hamburger nesiller boyudur iştahları cezbediyor… Jukebox'ların Spotify'ın, Bitcoin'in paranın yerini aldığı bu yarım yüzyıllık zaman diliminde ise Big Mac hala Big Mac.

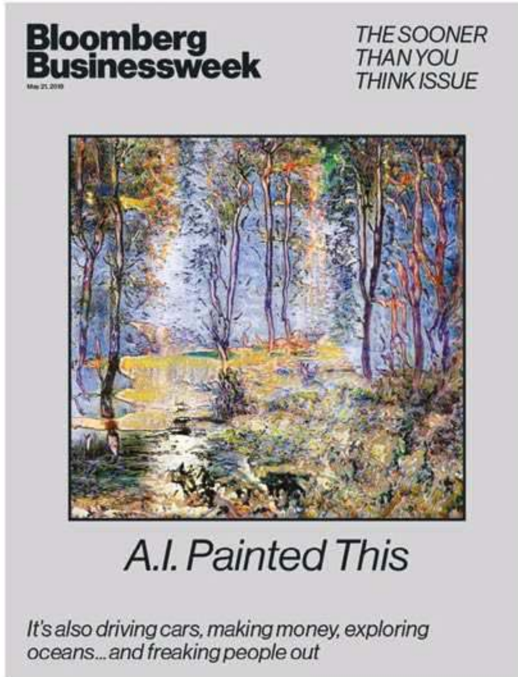


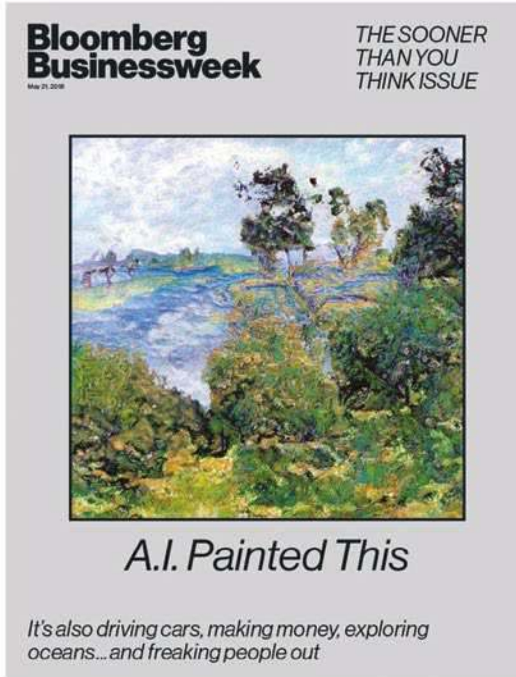














Yapay zeka dergi kapağı hazırladı

Hayatın her alanında ilerleyen yapay zeka Bloomberg için dergi kapağı hazırlayarak sanat alanında da ilerleme gösteriyor. Genç yapay zeka meraklısı Robbie Barrat makine öğrenimi ile sanatı bir araya getirmiş. Önceki çalışmalarında bilgisayarını "nü" resimler yapması için eğitmiş ve ortaya çıkanlarda gayet sürreal ve 'sanatsal' olmuş. Şimdiyse Barrat'ın makinesi Bloomberg tarafından yayınlanan Businessweek dergisinin kapağını hazırlaması için işe alındı.

KEŞKE BEN YAPSAYDIM



Selin Topçu (23)
Art Direktör, Alametifarika

KÜNYE

Marka: Apple
Yönetmen: Spike Jonze
Kampanya: "Welcome Home" - Apple HomePod
Yayın Tarihi: Mart 2018



Özgün, farkını ortaya koyan ve düşündüren işlere hayran olmamak elde değil. Bütün bu unsurları barındıran ve müzikle koreografinin başrolde olduğu Apple'ın yakın zamanda HomePod için yaptığı film, bu köşeye taşımam gereken bir işti. Pek çok reklam filminde gördüğümüz ve görebileceğimiz dans & müzik ikilisi bu filmle klişe olanı bir kenara itiyor. Mesaj çok net, hissettirdikleri bir o kadar fazla. Sanat yönetimine çoğu reklamcının vay be diyebileceği bir film.

"Welcome Home" reklamı Spike Jonze yönetmenliğinde, FKA twigs'in özgür dansı ve Anderson .Paak'ın 'Til It's Over' şarkısının birleşmesiyle ortaya çıkan çok iyi bir iş. Spike Jonze'un kendini fark ettiren başarılı ve etkileyici dünyası bu filmde de kendini gösteriyor. HomePod'un yarattığı o limitsiz ve özgür alanı dört dakika boyunca FKA twigs'le yaşıyoruz. Müzik; ışığa, renklere ve tam anlamıyla harekete hareket katıyor. Dans ve müziğin duygularla senkronunu reklamın her anında hissediyorsun. Küçücük apartmandan büyülü bir boyuta geçiş, yarattığı rengarenk tünelde "hayalindeki sen"e kavuşma fikri, metaforlarla bezeli herkesin kendinden bir parça bulabileceği bir yola dönüşüyor. Bu da beni en çok etkileyen noktası oldu diyebilirim. Görsel dünyasındaki uyum, prodüksiyonundaki ince detaylar bu filmi diğerlerinden apayrı bir yere koyuyor. Duvarların özgürce yerinden oynadığı, renklerin çoğaldıkça çoğaldığı her an "Keşke Ben Yapsaydım" dedirtti.



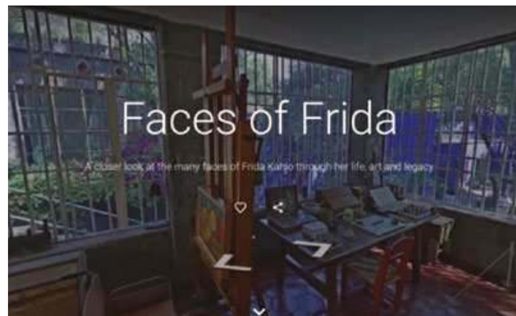
"Frida'nın Yüzleri" koleksiyonu ziyarete açıldı





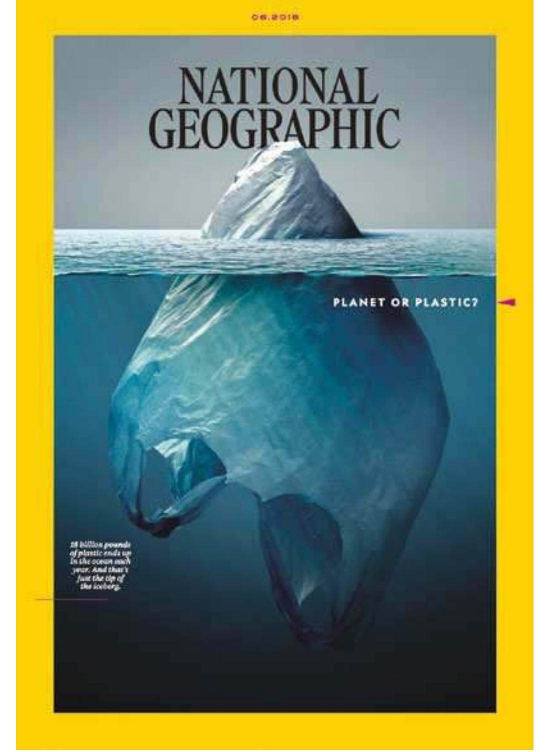
Google Arts & Culture tarafından hayata geçirilen (Faces of Frida) "Frida'nın Yüzleri" koleksiyonu Meksikalı ressam Frida Kahlo'nun farklı yüzlerini dijital ortamda dünya ile buluşturuyor.

Bilgisayarın yanı sıra Google Arts & Culture uygulaması ile mobil cihazlardan da ziyaret edilebilen ve Kahlo'nun sanatsal çalışmalarının yanı sıra fotoğrafları, giysileri, mektupları ve günlüklerini de içeren Frida'nın Yüzleri projesi, bugüne kadar sanatçıyla ilgili olarak derlenen en geniş koleksiyon olma özelliğini taşıyor.



Yıllarca süren çalışmalar sonucunda dünyanın 7 farklı ülkesindeki 33 müzenin iş birliğiyle geliştirilen projede 800'den fazla eser ve Google'ın özel Art Camera'sı ile oluşturulmuş 20 ultra-yüksek çözünürlüklü görüntülerin dışında, Frida Kahlo'nun doğup yaşadığı ve son nefesini verdiği Mavi Ev de dahil, hayatında ve kariyerinde önemi yer tutan 5 ayrı mekanın Street View görünümleri de yer alıyor.

NatGeo'dan mavi sulardaki kirliliğe dikkat çeken kapak



Dünyanın tek kullanımlık plastiklere "nasıl boğulduğu" konusundaki farkındalığı artırma sözü veren National Geographic, "Planet or plastic?" kampanyasının bir parçası olarak plastik kapaklarını kağıt ile değiştirdi.

Ambalaj değişikliği ile birlikte, derginin Haziran 2018 sayısı plastik tüketimine odaklanıyor.Kuşkusuz, bu malzeme hayatı daha kolay hale getirdi, ancak neredeyse yarısı sadece bir kez kullanıldı ve şimdi tüm denizler onlarla dolu. National Geographic, konuyu son kapağına taşıyarak bu etkilerin tersine çevrilmesi için gösterilmesi gereken çabalara dikkat çekmeye çalışıyor. Denizdeki dev bir plastik torbadan oluşan, Top of the Iceberg adlı kapak fotoğrafının illüstrasyonu Jorge Gamboa'ya ait.

Su seviyesinin üstündeki tek kullanımlık plastik çanta, bir buzdağına benziyor ve bu da dünyanın plastiğe boğulmakta olduğu gerçeğine nasıl körleştiğinin güçlü bir ifadesi.

HAYATIM REKLAM

Reklamcı olma sebebim:
Şimdilerde çok belli olmasa da çocukken pek yemek yemezmişim. Dedemle babannem reklamları izlerken ağzımın şaşkınlıktan ve meraktan açık kaldığını keşfedip, bana bu yöntemle yemek yedirmeye başlamışlar. Hatta dedem hızlı çözüm gerektiren anlar için reklamları kasete kaydetmeye başlamış bi noktadan sonra :)

Yani aslında böyle sorulunca havalı olsun diye "taa o zamanlardan reklamcı olacağım belliymiş" diyorum. (Çünkü her gün sorulur bana bu.)

Çocukluk hal ve hareketleri bir yana, aslında meslek edinecek kadar sevdiğim 2 şey vardı bu hayatta. Birincisi hayvanlar, ikincisi de hayal etmek. Veteriner olmak hayvanları çok sevmekten ziyade sayısal derslerde iyi ve çalışkan olmayı gerektirdiği için, onlar da bende hiç olmadığı için, daha iyi kıvırabildiğim ve ders çalışmaktan biraz olsun kaçabildiğim mesleğe yöneldim.

İş tanımım vs. gerçekte yaptığım:
Benim işim markaların dijital iletişimlerinde söylemek istediklerini, hem gündeme hem de o markanın insanlarına en uygun ve doğru şekilde yazıp çizip aktarabilmek. Çalıştığım ajanslarda da çoğunlukla yaptığım şey bunlar çerçevesinde dönüp durdu. Ancak ajansların içinde her günümüz bu mükemmellikte geçmediği için ve yaptığımız işin büyük çoğunluğu ekip işi olduğu için, ekibi oluşturan her title'ın yerine geçebilmek gerekiyor bazen. Müşteriyle arayı iyi tutarak brief almaktan başlayıp, fikri sunup, hayata geçirip kendi Facebook'unda postlamaya kadar her şeyi iş tanımında olmasa bile gerçekte yapmak durumunda kalabiliyorsun ama bence bu iyi bir şey. En azından benim için. :)

Birlikte çalışmak istediğim markalar / kampanyalar:
Üniversitede çok temiz bir iç rahatlığıyla içime sinen bir WWF projesi yapmış ve kendimi çok iyi hissetmiştim. Şimdi gerçek bir projede WWF ile çalışmayı ve yine aynı iç rahatlığını hissetmeyi çok isterim.

Kariyerimle ilgili en büyük hedefim:
Zamanın ötesinde işler yapabilecek kadar kafamı açacak insanlarla doğru yer ve zamanda çalışmak en büyük hedefim ve isteğim diyebilirim.

Sektörü sevmeme / sektörden soğumama neden olan etkenler:
Hayal gücü ve yaratıcılığı kullanarak her gün değişen, gelişen dinamiklere uygun işler çıkarmaya çalışmak, her yeni güne bir challenge olarak bakmak sektörü sevmemin en büyük etkeni. Soğutan da pek bir şey yok aslında. Yani işin içindeyken çok var söylendiğim, yıldığım ve yorulduğum şeyler ama pılıyı pırtıyı toplayıp başka bir mesleğe geçmeyi düşündürmediğine göre çok da yok demek ki. :)

Birlikte çalışmak istediğim ünlü:
Birlikte çalışmak istediğim ünlü bir köpek var o sayılır mı? :) Kendim için değil valla annem çok sevdiği için Kıvanç Tatlıtuğ'la bi projede birlikte çalışalım isterdim. Kıvanç'tan imzalı fotoğraflar, ses kayıtları falan derken bu mesleğin hayrını sonunda beni buralara getiren anneciğim de görsün. Kendim için birlikte çalışmak istediğim ünlülerse şöyle sıralanıyor: Eminem, Tim Burton, Hayko Cepkin ve Aysun Kayacı.

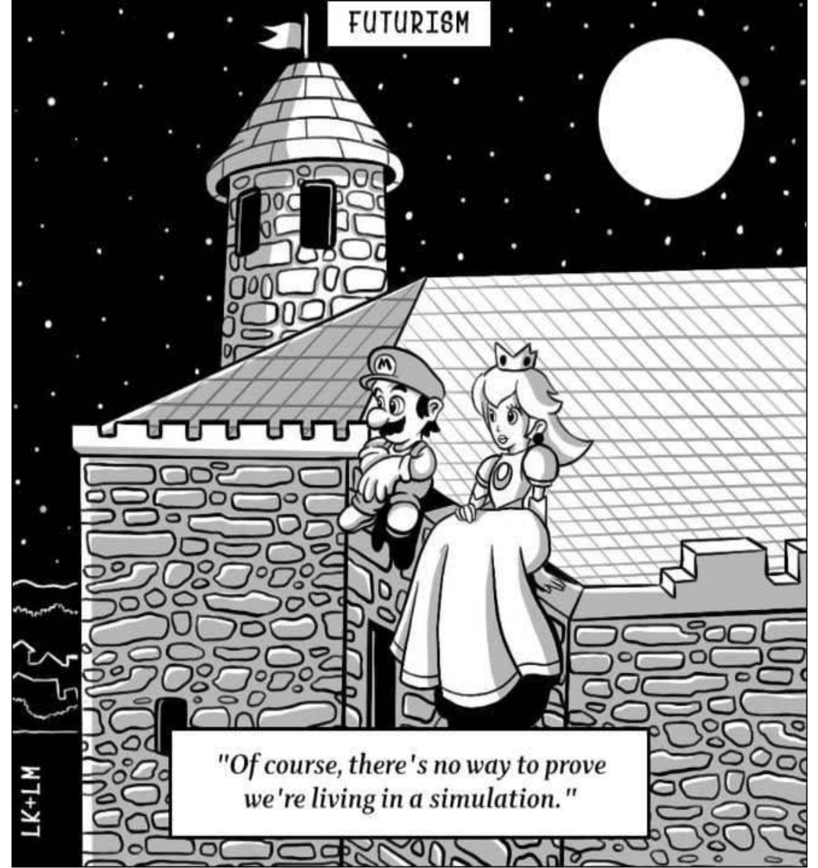
Örnek aldığım kişi(ler):
Bu meslek ve çok daha fazlası için örnek alınacak numune insanla şanslıyım ki oldukça erken tanıştım. Cevap sevgili (eski) direktörüm Kaan Ayçe'den başkası değil. <3

Şimdiye kadarki en favori çalışmam:
Daha iyisini yapana kadar en iyilerini beğenmemeye devam! :)



Bade Varol (28)
Metin Yazarı, McCann Istanbul

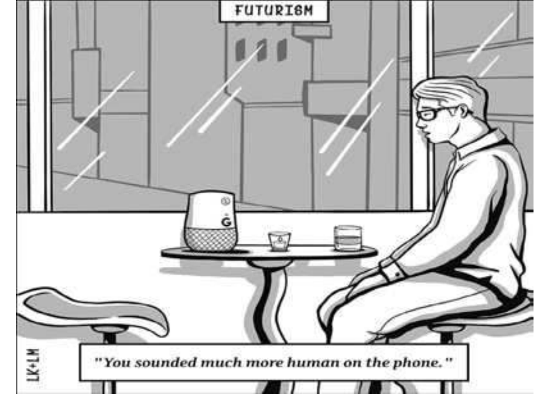




Gelecek endişelerinizi karikatür olarak görmek ister misiniz?



Instagram hesabı Futurism Cartoons her hafta gelecek endişelerinizi karikatür olarak gözler önüne seriyor. Gelişen teknoloji ve artan kirlilikle beraber gelen tüm endişelerinizle yüzleşin. Çünkü uzak gözüken problemler aslında düşündüğünüzden daha yakın. Futurism Cartoons'un paylaşımları da bu yüzleşmeye yaratıcı ve düşündürücü bir örnek. Karikatürler yoluyla çeşitli korkularımızı, endişelerimizi ve sıkıntılarımızı espriler haline getiren sanatçı, okyanustaki pet şişe kirliliğine, gelişen yapay zekaya ve gelecekte neler olabileceğine dair birçok konuya değinmiş.









Gerçekten **duyuyor musunuz?**

Duyduğunu iddia eden insanları duymadıklarına inandırmak için yapılmış bir kısa filmle, 40 senelik bir aşk hikayesinin sonuna siz karar verin.

Yaklaşık 3.5 milyon Avustralyalı bir çeşit duyma bozukluğuyla yaşıyor ama daha da kötüsü neredeyse çoğunluğu bu işitme kaybını inkar ediyor. Peki duyduğuna emin birini, duymadığına nasıl inandırısınız?

Global işitme implantları markası Cochlear bu soruna bir çözüm bulmak için kreatif ajans CHE Proximity ile çaktırmadan işitme testi yaptıkları bir kısa film hazırladı. "Does love last forever?" adlı kısa film, izleyicinin işitme kaybı seviyesine göre iki farklı sona sahip.

'Lion' filminden önce sinemalarda gösterilen film, genç bir çiftin ilişkisi ile başlayıp 40'lı yaşlarına kadar onları takip ediyor. Eğer işitme sorununuz varsa, bu ilişkinin kötüye gittiğini zannediyorsunuz. Aslında bu çok normal çünkü siz öyle zannedesiniz diye dudak okuma imkansızlaştırılmış ve sahnelere bazı dış mekan sesleri eklenmiş. Ancak işitme kaybınız yoksa, ekrandaki ilişki de kulaklarınız kadar sağlıklı bir şekilde devam ediyor. 136,500'den fazla insan farkında olmadan filmi seyrederek işitme testine girdi ve 10.000'den fazlası da işitme kaybının farkına varıp bunun için bir şey yapmaya başladı.



Neredeyse hayatımızın her günü bir şeylerimizi kaybediyoruz ve bunun farkında bile olmadığımız zamanlar oluyor. Sağlığımızı kaybetmeden farkına varmak için yaratılmış bu kampanyayı da paylaşmadan duramazdık tabii ki.



THE HEARING TEST IN DISGUISE'İN ALDIĞI ÖDÜLLER

One Show 2018
Moving Image Craft
Craft- Innovation in Moving Image Craft/Audio – Gold

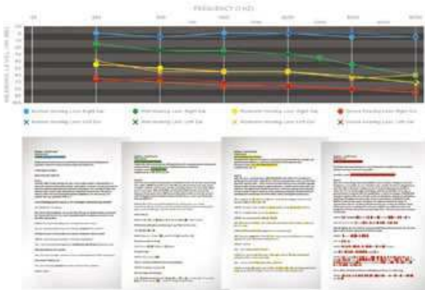
D&AD 2018
Wood Pencil
Creativity for Good/Advertising & Marketing Communications/Brand

Clio Awards 2017
Clio Digital/ Sound Design – Gold
Clio Medium Innovation – Gold
Clio Digital/Microsite – Silver
Clio Film – Bronze
Clio Script – Bronze
Clio UX – Bronze
Clio Branded Content – Bronze
Clio Audio – Bronze
Clio Direct – Bronze

Cannes Lions 2017
Health/Brand Led Education&Awareness - Silver
Cyber/Brand/Production Video - Silver
Cyber/Microsite/Bronze

Caples Awards 2017
Content Marketing/Gold
Film, Over 5 Minutes/Gold
Data Driven Marketing/Silver

Spikes Asia 2017
Film Craft/ Sound Design – Gold
Healthcare/ Branded Content – Gold
Microsite – Silver
Direction – Silver
Script – Silver
Film – Bronze
Film Craft & Innovation in Content – Bronze

















KÜNYE

Reklamveren Cochlear Hearing Implant
Ajans CHE Proximity
Kreatif Grup Başkanı Brian Jefferson
ECD Ant White
Kreatif Direktör Ben Stainlay
Prodüksiyon Şirketi Revolver, Will O'Rourke
Yönetmen Pete Baker
Ses Stüdyosu Noise International
Ses Tasarımcısı Kathleen Burrows

Geçtiğimiz ayın öne çıkan **kampanyaları**

Mitsubishi beyaz yakalıların ikili hayatından bahsederken, İş Bankası Petrol Ofisi'nde sunduğu temassız ödeme kolaylığını tanıtıyor, Getty Image ise Muhammed Ali ve Joe Frazier'nin mücadelesini belgesele dönüştürüyor.





Beyaz yakalıların gerçek kimliği ortaya çıktı
Batesmotelpro imzası taşıyan Mitsubishi'nin yeni virali beyaz yakalıların gerçek kimliğini ortaya çıkarıyor. Film, çalışanların her gün karşılaştıkları olaylara espirili bir bakış açısı getiriyor.





Öndeki aracı taklit et, Maximum Card ile kazan
İş Bankası Maximum Kart'ın Petrol Ofisi istasyonlarında sunduğu kolaylıkları anlatan yeni reklam filmi yayınlandı. "Öndeki aracı taklit et" cümlesiyle başlayan reklam filmi bol kelime oyunlu, takdirli, takdimli ve temassız ödemeli.





Ayhan ve Duygu Sabit, ÖRAV'ın 10. yılına özel reklam filminde
Garanti Bankası, kurucusu olduğu Öğretmen Akademisi Vakfı'nın topluma ve nitelikli eğitime kattığı değeri Engin Günaydın ve Dilan Çiçek Deniz ile başladığı reklam kampanyasının yeni filmiyle anlattı.





Mindshare Cif kampanyası ile yeni bir hedefleme stili
YouTube'da bir reklamı görmek istemeyen izleyiciye aynı reklamı göstermemek için Cif, izleyici reklamı her geçtiğinde kullanıcının karşısına özel olarak hazırlanmış farklı bir reklam çıkarıyor.

Tüm zamanların **en iyi boksörü** olarak kabul edilen **Muhammed Ali**, kariyeri boyunca yaptığı maçların yalnızca **5 tanesini** kaybetmiştir.





IKEA'dan Chewbecca sesleri geliyor
Star Wars'un uzun süredir beklenen spin-off filmi "Solo: A Star Wars Story"nin gösterim tarihi yaklaşırken IKEA'dan Chewbacca sesleriyle dolu bir reklam filmi geldi.





Spotify'ın yeni reklamları paylaşmaya teşvik ediyor
'Love What You Love' ile Spotify, tüm kullanıcılarını paylaşmaya davet ediyor. Bedava ve ücretli versiyonlarının ikisine de büyük değişimler getiren Spotify, kullanıcılarının müzik platformlarından daha fazla faydalanmasını hedefliyor.





Getty Images, yüzyılın mücadelesinin belgeselini yayınladı
Getty Images ve AlmapBBDO yüzyılın mücadelesinin belgeselini hazırladı. Film, 8 Mart 1971'de New York'un Madison Square Garden'daki Muhammed Ali ve Joe Frazier arasındaki "Yüzyılın Mücadelesi" gününü yansıtıyor.





Coca-Cola Hollanda, Ramazana özel reklam hazırladı
Dünyanın farklı yerlerinde yaşayan Müslümanlara destek vermek adına Coca-Cola Hollanda, Ramazana özel 'Sunset' adında bir reklam filmi hazırladı. Film, insanları "farklılıklarımızı değil benzerliklerimizi dikkate almaya" teşvik etmeyi amaçlıyor.

Campaign Türkiye'de kreatif ve art direktörlerin çizimleriyle yer aldığı Handmade sayfalarını JR.'a da taşıdık. Buradaki tek kural; 30 yaş üstü gi-re-mez!

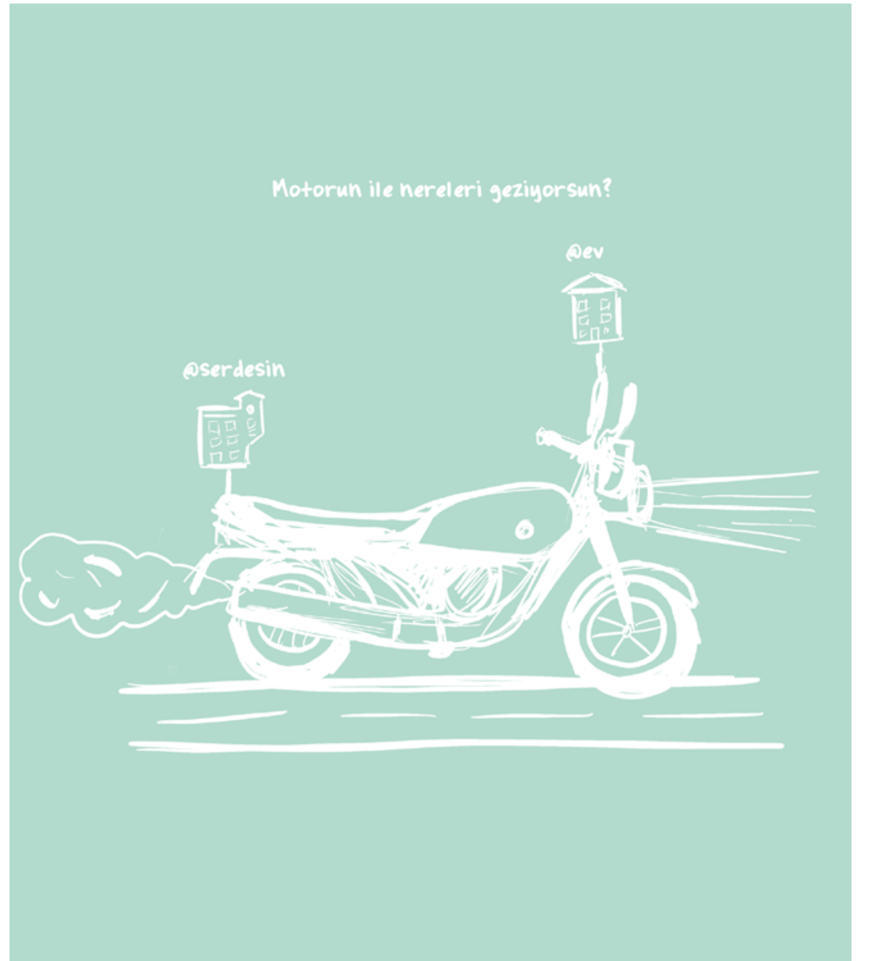


Semen Mozak (25)
Art Direktör, Serdesin

Marmara Üniversitesi'nde Grafik Tasarım eğitimi almış olan Semen, şu anda kariyerine art direktör olarak devam ediyor ve yaptığı işten de gayet memnun. Kedisi Kedro ile huzurlu bir yaşamı olan Semen'in aynı zamanda motoruyla heyacanlı bir yaşamı da var. Hobi olaraksa meyvelerin üzerindeki çıkartmaları topluyor. Bunları "çirkin" olarak tanımlasa da "her şeyin kendine göre bir güzelliği vardır" diye de ekliyor. Evde oturmayı ve uyumayı zaman kaybı olarak gören Semen'in en sevdiği şey ise gezmek. Doğal ve farklı olan güzellikleri görmeye ayrıca bir yatkınlığı var ve hayali uzun, upuzun bir geziye çıkabilmek.

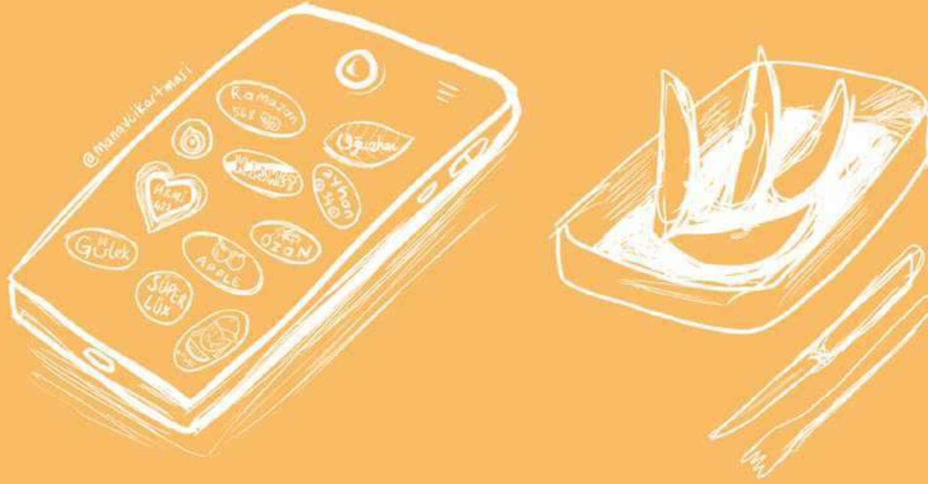






Sen de Handmade sayfalarında yer almak istiyorsan örnek çizimlerini junior@campaigntr.com'a bekliyoruz.

Çıkartma koleksiyonu yapma fikri nereden geldi?



Uzun mesailerden sonra rahatlamak için ne yapıyorsun?



Sence ideal olan bir gezi nereye yapılmalı?







Ayın Jr. sanatçısı: **Ekin Deniz Kaya**

Ürün tasarımcısı Ekin Deniz Kaya (24), JR.'ın bu ayki kapağında yaşamın hapsedilmesi konusunu hayvanlar ve doğa üzerinden bilim kurgu bağlamında işledi.

Semiha Ahmed 67 sn

Ekin Deniz Kaya kimdir? Kaç yaşındadır, nereden mezundur şimdi hangi işle meşguldür?
24 yaşındayım. Endüstri Ürünleri Tasarımı bölümünden mezunum. Wonder Wheel'de ürün tasarımcısı olarak çalışıyorum, M4NM'de görsel meselelerle ilgileniyorum, Rinxlaya ismiyle bir müzik projesi de ortaya çıktı bu aralar. Hangi taşın altındayım bilmiyorum.

Çizime ilgin nasıl ve ne zaman başladı?
Küçük yaştan beri çizerim ama bu ilgiyi üretim kelimesine bağlamak daha doğru olur. Bir düşünce dönüşebildiği her şeye dönüşsün isterim.

Bu alanda şimdiye kadar neler yaptın? Şimdiden sonraki planların neler? Şu sıralar üzerine çalıştığın bir proje var mı?
Farklı disiplinlerle ortaklık kurabilmek epey besleyici oluyor benim için. Bu ortaklık albüm kapakları, afişler derken daha çok müzik ile kuruldu diyebilirim. Şimdilerde malzeme ve ışık üzerine kafa yoruyorum ve sonrası için her an her şey hareketlenebilir diyebilirim. Ve bir dönem sokakta üretmenin keyfini tatmış bir insan olarak, yarattığım konseptleri maketlendirip yine sokağa taşıma planları yapıyorum. "Dışarının İçerisi" sergisinin küratörlüğünü yapmıştım, bu serginin de ikincisi için kolları sıvadım.

Çalışmalarında genelde nasıl bir tarz seçiyorsun? Nelerden ilham alıyorsun?
Gerçek dünyanın objelerini gerçek olması mümkün olmayan şekilde kurguluyorum. Bilim kurgu suları, hiçbir şeyin olmaz'ı yok.

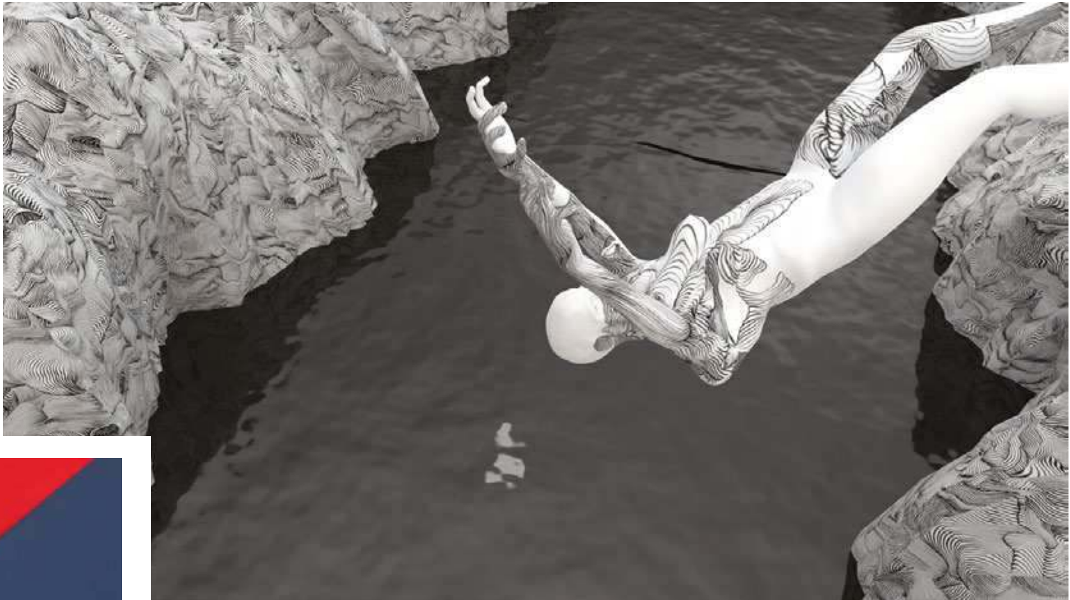
JR. kapağında yer alan çalışmada sana ilham veren ne oldu?
Hedef alarak hapseden şey seni varetmek zorunda kalır diye düşünmüştüm.

Türkiye'de ve dünyada örnek aldığın isimler kimler?
Örnek almak diyemeyecek olsam da işlediği temalardan etkilendiğim isimler var: John Brosio, Francis Alys, BLU ilk aklıma gelenler oldu.

Kariyerindeki en büyük hedefin nedir?
Kariyer kelimesinden yola çıkmaktan hoşlanmıyorum.

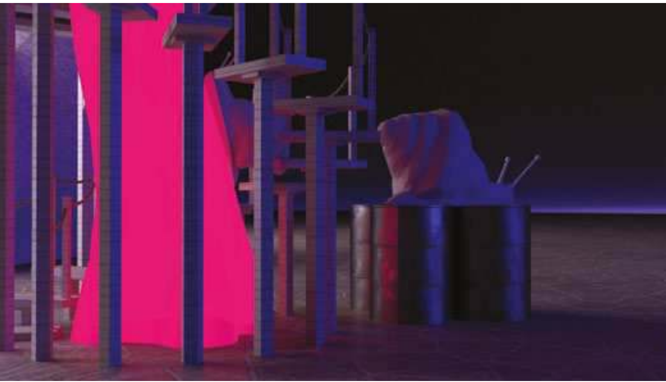
Bu alanda ilerlemek isteyenlere neler önerirsin?
Kendi yöntemlerini yaratmaktan çekinmesinler.

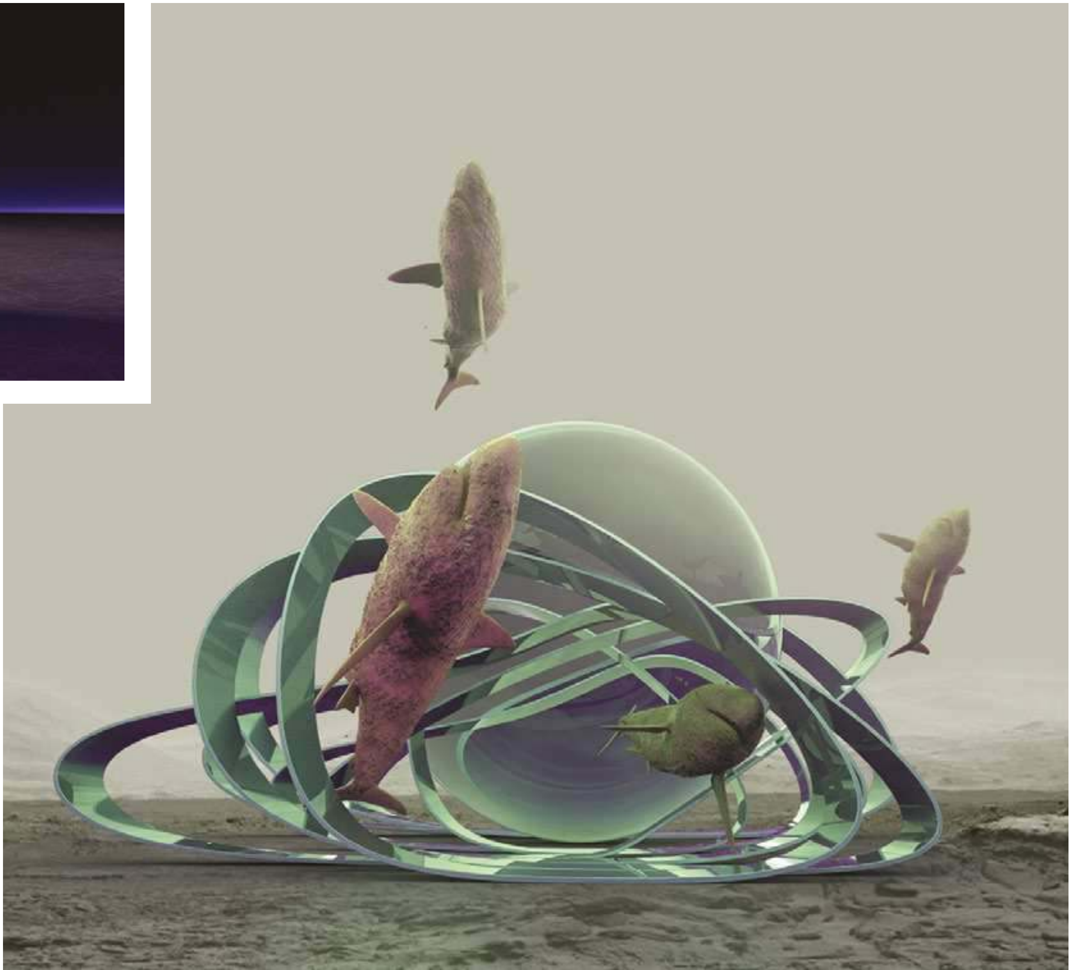






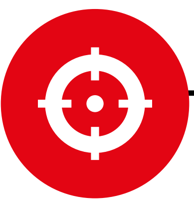












SERIOUS

Yaşıyor muyuz?

Her yerde mutlu, başarılı ve zengin olma naraları atılıyor. Bir yandan da karşı çıkışlar, agresif hareketler ve her şeye bir tezat bulma çabaları. Diğer yandan ise mutluluğu, başarıyı, zenginliği kısa yoldan elde etme sevdası. Fakat her şeyin ötesinde devam eden bir yaşam var ve bu sizin yaşamınız.



Yıldırım Ünverdi (28)
ULMER AR-GE ve Bilişim Koordinatörü,
Bahçeşehir Üniversitesi

266 sn

yildirimunverdi@gmail.com

Bu yazımda şunu şöyle yaparsan kesin zenginsin, böyle yaparsan artık mutluluktan ölebilirsin gibi boyumdan büyük laflar etmeyeceğim ki böyle bir yol varsa zaten şu an dünyanın en mutlu başarılı ve zengin adamı olurdum. Bu yazı sadece sizinle bir paydada buluşma yazısı.

Hayatımızda kırılma anları vardır. Bunları bazen anlarız bazen anlayamayız. Gençliğimizde yaşadığımız birçok şeyin farkına varamayız. En güzeli de budur aslında, farkında olmamak. Büyüklerimiz hep 'gençliğinin kıymetini bil' derler. Aslında haklılar ama bence her anın kıymetini bilmeliyiz. Çocuksu yanımızı gençlik çağımıza, gençlik yanımızı da yetişkinlik çağımıza taşımalıyız. Taşımalıyız ki o güzel duygular davranışlar uçup gitmesin. Doğup büyümeye başladığımız andan itibaren içinde bulunduğumuz topluma adapte olmaya başlarız. Bulunduğunuz topluma uygun davranışlar sergilemek zorundasınızdır. Kodlamanız yapılır. Aksi tutumlar sergilerseniz dışlanma korkusunu tadabilirsiniz ve sonuç olarak üzülürsünüz. Bu yüzden, bulunduğumuz çevrede kabul görmek, statü sahibi olmak için çabalar dururuz. Para yaşamın en zevk verici oyuncağıdır. İnanırız ki para olunca her şeyimiz olur. "Ah ulan, benim bu kadar param olmalı" cümleler kurar dururuz. Bizden biraz daha fazla parası olanları kıskanırız. Yaşamlarına imreniriz; zenginin malı züğürdün çenesini yorar misali. Ya da tam tersi cok zenginizdir, her şeyimiz vardır; bu sefer de doyumsuzluğun getirdiği arsızlık ve bunun sonucu gene mutsuzluk başlar. Sığ yaşıyoruz. Daha önceki yazımda sosyal medyanın avantaj ve dezavantajlarından, olmadığımız kişiler gibi görünme çabalarımızdan, birbirimize üstünlük taslama yarışlarımızdan bahsetmiştim. Bu tamamiyle sosyal medyanın suçu değil, hatta hiç değil. Bu durum sadece sosyal medyanın insanın içindekileri ortaya çıkarmasıdır. 'Dürtülerimiz' bende de bu olması lazım, ben de kaslı olmalıyım, ben de bu güzellikte olmalıyım, bende de bu elbise olmalı... Bu cümlelerin sonu yoktur. Yarışı bırak kendi yoluna bak. Kaplumbağa tavşan hikayesinde ister tavşan ol ister kaplumbağa ol. Ama hangisi olmak istediğin senin tercihin mi, buna dikkat et.

Yapay maskelerimiz her gün yüzlerimizde

O maskerlerimizle çoğu zaman olmadığımız insanlar oluyoruz. Her sabah maskelerimizi takar hayat oyununa başlarız. Herkesin üzerinde etiketleri vardır. Bizler etiketlemeyi severiz. Sıfatlar takarız. Bak bu çok cimri, bak bu çok cömert, bak bu şöyle böyle. Ya da karşımızdakini "Aman buna kırılır mı?" diye çok fazla düşünürüz. Bu maskelerle yaşamamız doğru mu? Hayır, çünkü bunlar içinizden gelerek yaptığınız şeyler değil. Siz içinizden geldiği gibi davrandığınızda, kendinizi ifade ettiğinizde içiniz rahatsa ve eğer ortada hala bir kırılma varsa artık bırakın kırılsın. Çünkü sizi anlamak istemiyordur ve sizin anlattığınız karşınızdakinin anladığı kadardır. Bazı şeyler için kendinizi fazla zorlamayın. Siz hakikaten siz olun, gerisi ya gelir ya gider. Ama siz en azından gerçekçi yaşamınıza dair adım atmış olursunuz. İnsanın en masum olduğu an aynaya baktığı andır. Çünkü orada kendini görür ve kaçamaz. Gerçek yüzleşme orada gerçekleşir. Herkesi kandırabilirsiniz ama aynaya baktığınızda gördüğünüzü kandıramazsınız.

Başımızdan bir şey geçer, bir durum olur, hemen yakınımızdakilere koşarız. Bu en doğal süreçtir çünkü güçsüz hissederiz ve destek isteriz. Onlar da ellerinden geldiğince bizlere yardım etmek, yanımızda olmak isterler. Fakat bizim ağzımızdan "Bak, anlamıyorsun", "Hayır, sen de anlamıyosun" gibi cümleler çıkar. Evet, anlamayacak. Çünkü o anlamak için değil size destek olmak için, bir an bile olsa üzüntünüzü unutturabilmek için orada. Bu durumlarda kimseyi yadırgamamamız gerektiğini çok sonra anladım ben. Kimse sizin ne hissettiğinizi anlayamaz ve anlamasını beklemeyin. Olay çok basit çünkü o odur, siz değil. Yani aynı değilsiniz. Bizleri çözümlere ulaştıracak gene bizleriz ve beklentilerimiz arttıkça mutsuzluklarımız da artar.

"Hep mi böyle olur?", "Hep mi beni bulur?" cümlelerini sıkça kurarız. Bu durum olaylara nasıl yaklaştığınızla alakalıdır. "Hayır" demek insana özgürlük verir. İnsanları mutlu etmek icin yalanlar söylemek, ki bunların rengi pembe de olsa zamanla siyaha döner. Bu sadece bir simülasyondur. Zaman zaman ya siyah ya da beyazı seçmelisiniz. Ama onlar değil, siz istediğiniz için seçmelisiniz. Bazen gerçek korkuları, kaygılarımızı unutup gereksiz şeylere saplanıyoruz. Korkularınızda kaygılarınızda bunlara değecek şeyler olsun. Yeni çıkan son model telefonun yok diye değil de bir arkadaşının canı sıkkın diye üzül, sınavdan düşük mü alacaksın ya da iş yerinde sunumun kötü mü geçecek diye kaygılanmada yarına nefes alabilecek misin diye kaygılan.



Gerçeklerden kaçma

Her zaman peşimizdeler ve ne kadar ertelersen ertele bir gün karşına çıkacaklar. Başarısızlıktan korkmayın demiştim ya, aslında bazen de korkun. Kimi zaman başarısızlık korkusu insana titizlik verir, işini ciddiye alma ve başarma hırsı verir. Önemli olan duygularını yönetmendir. Başarısızlık korkun seni yapacağın işten alıkoymuyorsa aslında güzel bir histir. Korkuların motive edici yönünü anlarsak zaten ortada korku değil temkinli olma davranışı kalır. Bir de bir klasik olarak, başarısızlığa uğrayınca vazgeçme serüveni başlar. Çevrenizdeki insanların "Bu hıyardan bir cacık olmaz zaten, bir cacık yapamıyor. Al, gene batırdı" gibi ağır söylemlere başlaması muhtemeldir. Oysa, hıyarın çok önemli besin değeri ve yararları vardır. Bunun farkına varın. Eleştirilere kulak asın fakat kimsenin söylediğinin sizi başarılı olma kaygısıyla hırslandırıp yanlışa sürüklemesine veya başaramayacağınızı düşündürüp demoralize etmesine izin vermeyin. Cacıkta önemli olan kıvamdır: koyacağımız yoğurt ve su miktarı. Fazla sulanırsa ya da fazla katı olursa işte hakikaten o zaman bir cacık olmaz.

Bazı şeyler elimizde değil. Evet, haklısınız; kontrolümüz dışında gelişen şeyler oluyor. Ama bu gibi durumlar karşısında da düşünce ve davranışlarımız bizim kontrolümüzde. Sen kendini nerede konumlandırmak, neyi hissetmek istiyorsan bunu yapabilirsin. Çünkü sen çok güçlüsün. Her zaman gri olmak bizi asıl benliğimizden alı koyar. Geçmişini takıntı haline getirme. Geçmişinizi sırtınıza yükleyip yarına gitmeye çalışırsanız bir zaman sonra yükünüz ağır gelir, taşıyamazsınız. Birkaç durak sonra ya fazla ağırlığı bırakmak zorunda kalır yola öyle devam edersiniz ya da benden bu kadar der pes edersiniz. Omuzlarınıza taşıyabildiğiniz kadarını alın. Güzellikleri, mutlu anılarınızı getirin yarınınıza. Unutmayın ki bizlere ne öğretildi: Her şeyin fazlası zarar.

Odamda kocaman bir tablo var, hikayesi çok hoşuma gitmişti. Ama hikayeye bağlı kalmayıp sadece mal mülk anlamında değil de sıkıntı, mutluluk, başarı, zenginlik, fakirlik, korku, kaygı kısacası yaşamımın her duygusuna yükledim o sözü. Tabloda kocaman: 'Bu da geçer ya Hu!' yazıyor.

Size çok önemli bir sır vereyim mi? Bugün yanınızda olan arkadaş, eş, sevgili, aile bir gün olmayacak ya da bir gün siz onların yanında olmayacaksınız. Keşke yapsaydım dedikleriniz, yapıp ya da yapmayıp pişman olduklarınız, kafanıza taktığınız onca gereksiz şey, kısaca ahlarınız vahlarınız, hiçbiri olmayacak. Evet, yaşamın en büyük sırrı bu: Ölüm. "Bunu biliyoruz zaten" dediginizi duydum. Olaylara bakış açınızı, yorumlamalarınızı değiştirdiğimiz zaman kaygılarımız, üzüntülerimiz, mutluluk, başarı, zenginlik, ötekiler, beriler, kısacası birçok şey değişir ama değişim önce kendini olduğun gibi kabul etmekle başlar. O zaman ne bekliyoruz? Kaldır kafanı, toplan, kendine gel ve biraz olsun kendin için ve kendin gibi YAŞA.

"Düzenim bozulur, hayatımın altı üstüne gelir diye endişe etme... Nereden bilebilirsin hayatın altının üstünden daha iyi olmayacağını?"

Şems-i Tebrizî

İstanbul Vs. Anadolu

Biz değil miyiz hep klişeleri bozmak, yepyeni bir şeyler yaratıp ilgi çekmek isteyen işler yaratan? Peki reklam sektörü klişelerine, neredeyse beyaz yakalı kültürüne çalarcasına saplanıp kalanlar kim? Yine bizler.



Sena Hayta (27)
Sr. Copywriter

270 sn

Reklamcılar olarak dayatılan birçok yanlış ve sağlıksız zorunlulukların pençesinde Pazartesi sendromları yaratıyoruz. Bir yerde "Pazartesi'nde bir sorun yok, sorun olan senin işin!" benzeri bir cümle okumuştum. Sevdiğimiz işi yapacak milenyum çocuklarıyken birden gittikçe çoğalan klişelere dönüşüverdik. Kapana kısılmış, İstanbul'un kurallarına uymak zorunda olan, esnek çalışma saatleri kisvesiyle kırılmadık kemik bırakmayan bir sistem. "Günaydın"ı bile mecburiyetten dedirten, yozlaştıran, gıybete düşüren, yüze gülen ardından bayağı mezar kazan bir beyaz yaka kültürü içerisindeyiz.

Geçen aylarda hayatımı değiştirmek istedim ve çıktım geldim İstanbul'dan Bodrum'a. Hatta "İstanbul'da Hayat Var mı?" başlığıyla bu tecrübemi de yine JR.'da kaleme almıştım. Mesleğimin cilvesi olarak düşündüğüm İstanbul'dan korkak adımlarla çıktım ancak korkularım boşa çıktı. Sektörün çarkının döndüğünü "sandığım" o şehirden uzaklaşmak bana farklı yollar gösterdi. Bir reklamcı için aslında hayatın sadece İstanbul'da olmadığını, hatta farklı şehirlerde senin bilginin daha değerli olduğunu anladım. Bu noktada kendimden biraz uzaklaşıp İstanbul dışındaki diğer meslektaşlarımın da iş hayatlarını araştırmak istedim. Freelance olarak devam edemezsem "Anadolu" şehirlerinde ajans ve pazarlama ortamı nasıldır diye düşünmeye başladım.

Bu yazıda, Ankara, İzmir ve Bodrum'daki ajans çalışanı reklamcılarla gerçekleştirdiğim röportajları derledim. Anadolu şehirlerinde ajans ortamı ve sektörü sorguladım. Reklamcılığı meslek olarak seçerken aşık olduğum ama sonra soğudum İstanbul dışında da bu işin var olduğunu fark ettim ve mutlu oldum. Ezber kolay bozulmuyor, bir yerden başlamak gerek.



Tuğçe Erdoğan Doğan (30)
Marka Yöneticisi / Garaj Tasarım & Dijital Marketing / Ankara

Tuğçe, Ankara'da olmaktan mutlu. İstanbul'a göre daha küçük bir sektör olduğu için başarılarının farkına varmak ona keyif veriyor. Günlük rutininde herhangi bir İstanbul ajansından farklı bir kalem yok ve fazla mesai onların korkulu rüyası olmuş değil. Ajansının bahçesinde ekip arkadaşlarıyla rekabet halinde değil, onları motive etmek için destek olma halinde. Dijital bir ajans oldukları için onların sınırları il sınırları ile aynı değil. Sadece lokal değil ulusal markalarla da beraber çalışıyorlar. Ödüllü işleri de var. Daha ne olsun!

Onun için herkesin gri olarak gördüğü yer, yaşadığı, ailesiyle vakit geçirdiği ve en önemlisi huzur bulduğu bir yer. İstanbullu bir ajans olmadıkları için müşteri ön yargısı ile karşılaşabiliyor. Bu sebeple ajansının artı yönlerini müşterilerine aktarmak için daha çok efor sarf ediyor ama eve yüzünde bir gülümsemeyle gidiyor.

Kendisi Ankara'da reklamcı olmakla ilgili şunları söylüyor:
"En keyif aldığım kısmı biz çok az insanız. En kötü bir ajansta yollarımız kesişmiş, birlikte keyifli işler yapmışızdır. Bazen öyle işler oluyor ki bu şu işi yapar deyip kontak kurabiliyoruz. Ya da iyi işleri takdir ediyoruz. Bu devrede biraz daha kendi ajans kültüründen kopmadan iyi yapılmış işi takdir etmek var."



Gizem Yördem (26)
SVStudios / Reklam Yazarı / Ankara

Gizem, 2017 yılından Campaign Türkiye tarafından "Yılın Yerel Ajansı" seçilen SVstudios'ta kalemini konuşmaktan çok memnun. Staj döneminde İstanbul tozu yutsa da işinin ajans duvarları arasında değil sosyal ve gerçek ilişkiler kurarak daha iyi bir yere geleceğini savunuyor. Bence çok da haklı! İstanbul'a kıyaslandığında fazla mesailerinin o kadar fazla olmadığını söylüyor. Ayrıca onlar için resmi tatiller ve hafta sonları "gerçekten var". Ona göre Ankara'da daha az kaos, daha çok plan var.

Ankara ajanslarında kendilerini "Methew" zanneden "Mahmut"ların sayısı daha az ve böylece ajans içinde daha iyi ve huzurlu bir iletişim var. Yine de ajansların vazgeçilmezi mini happy hour sayısındaki düşüklük de aklına takılmıyor değil. O "Ankara'da reklamcı olmak" değil "reklamcı olmak" etrafında kendini geliştiriyor. O yüzden "Şehir değil, hayat önemli ve o hayat beni nereye götürürse reklamcı kimliğim de peşinden gelecek" diyor. Şehirlere değil yaptığı işe odaklanıyor.

İstanbul'da mesleğini icra etmekle ilgili şöyle bir yorumu var:
"Bir reklamcı için bulunmaz nimet fakat İstanbul'daki reklamcıların sosyal hayata ayıracak o kadar az vakti var ki, kimse daha çok insan tanımaya fırsat bulamıyor. Bunu, yazılan reklamların birçoğunun, İstanbullu plaza çalışanlarını hedeflemesinden de anlayabiliyoruz."



Cansu Batur (26)
Reklam Merkezi / Jr. Marka Temsilcisi / İzmir

Cansu aşık olduğu şehirde, işine aşık bir marka temsilcisi. İstanbul'daki staj dönemi ardından, acımasız İstanbul ajans hayatı ona yüreğinin sesini dinletmiş. O bizim alıştığımızın aksine İstanbul'da "normal bir çalışma saati" olmadığının farkında. İstanbul'da tüketici sirkülasyonu olduğu kesin, ama onun daha fazla ilgilisi çeken ajanslardaki çalışan sirkülasyonu olmuş. Sürekli işten çıkarma ve işe alımla ilgili sıkıntılı tarafın farkında. O tempoya ayak uydurmak ve tutunmak ona mantıklı gelmemiş.

Cansu İzmir'de sektörün geleceği ile ilgili güzel bir tespitte bulundu:
"Gönlüm hep bu sektörde kalmaktan yana. Hayat insana ne gösterir bilinmez tabii. Ama İstanbul'dan İzmir'e bir göç durumu söz konusu. Bu da İzmir'deki işleri olumlu anlamda değiştirecektir. Ben yine de şu haliyle de çok mutluyum. İşimi severek ve sevdiğim yerde yapıyorum."



Semih Talha Türk (24)
Reklam Merkezi / Sanat Yönetmeni / İzmir

Semih, sevdiği yanını keşfederek küçüklüğünde girdiği yarı zamanlı bir ajans deneyimde reklamcı olmayı seçmiş. Bu sebeple işini severek ve isteyerek geliştirmiş. O İzmir'de yaşamanın yaşam standartları ve sağladığı huzurdan çok memnun.

Sistemli çalışmak Reklam Merkezi'nde çok önemli o yüzden fazla mesai onların kapılarını pek çalmıyor. Onun için mesai dışında kendini geliştirmek ve İzmir'de de bu işin iyi yapılabileceğini kanıtlamak çocuk oyuncağı. Bu zaman kadar 40'dan fazla ödülü İzmir'e kazandırmış bir ajansla beraber olmaktan mutlu.

Ona göre İstanbul İzmir kıyaslaması özetle şöyle:
"İzmir'e göre eksileri ve artıları var tabi. Ben yaratıcılık açısından bir fark görmüyorum. Orada üretilen fikirler burada da üretilebiliyor. Belki daha iyileri... Ama iş prodüksiyona geldiğinde bizden daha avantajlı durumdalar. En başta bütçe engeline bizden daha az takıldıklarını düşünüyorum. Popüler ve biz reklamcılar için heyecan yaratacak reklam verenlerin bir çoğuna yakın olmaları da onlara avantaj sağlıyor. Huzurlu ve kaliteli bir yaşam anlamında da İzmir'i daha avantajlı görüyorum. Bu da yaratıcı sektörde çalışan birisi için bir hayli önemli."



Mehmet Baran Sidar (25)
Team Behind It / Dijital Marketing Uzmanıı / Bodrum

Ona göre büyüdüğü şehir Bodrum'da yaşamak, güzel manzaranın keyfini çıkarmak ve sevdiği yerde olmak çok büyük bir lüks. Bunun tadını her anlamda çıkarıyor ve "İstanbullu bir ajansa" eş değer müşteri portföyüne sahip Team Behind It'le çalışmak onun için büyük bir şans. Bodrumlu herkesin yaşadığı tatlı yaz telaşı onlar için de mevcut ancak onun dışında İstanbullu ajanslarla aynı dönemlerde yoğunluk yaşıyorlar. Fazla mesaiye kalmamak için sıkı çalışıyorlar ve bunu da başarıyorlar. Diğer şehirlere göre en avantajlı yani, müşterilerin toplantı için Bodrum'a gelmek için can atması.

Yerel Bodrumu müşterilerinden, başında büyük harflerle ACİL yazan mailler gelmemesine rağmen işlerin çok hızlı ilerlediğini söylüyor. Bence bu şehirde Murphy Kanunları ters işliyor. Mehmet, İstanbul'da çalışmanın avantajı olduğunum farkında. Amma velakin, reklamcılığın daha ilk yıllarında karşılaşılan "esnek çalışma saatleri" ve İstanbul temposu tükenmişlik sendromu ile son buluyor.

Bodrum'daki reklamcılık sektörü ile ilgili şöyle tespitleri var:
"Bodrum'un turizm odaklı bir ekonomisi olması itibarıyla buradaki diğer ajanslar bildiğim kadarıyla hep yerel müşterilere sahip. Bodrumlu markalar ve ajanslar dijital pazarlama konusunda İstanbul'dan çok çok gerideyken; son iki-üç yılda İstanbul'dan Bodrum'a yaşanan yoğun göçle birlikte bu konuda bilinçlenme ve ilerleme nihayet başladı. Özellikle kreatif insanlar Bodrum'da yaşamayı tercih eder oldu; birçoğu da kendi ajanslarını açtı. Bundan 5 yıl sonra reklam sektörü de buraya taşınmaya karar verirse şaşırmam."



Gizem Çimen (25)
Genç İDA

72 sn

Selam dijital dünya, **biz dostuz**

Dijital dünyaya olan güvenin giderek azalmaya başladığı bugünlerde, itibarın bir numaralı kriteri "güven"i oluşturmak için biz iletişimi yönetenlerin de Blockchain teknolojilerine adaptasyonu gerekli hale geliyor.

Bugün artık hepimiz dijital dönüşümün bir parçası haline geldik. Klasik tabiriyle 'elimizden düşürmediğimiz cep telefonu'nun çok daha ötesine taşınan bir dijitalleşme akımıyla karşı karşıyayız. We Are Social ve Hootsuite tarafından yayınlanan "Digital in 2017 Global Overview" raporuna göre;

- Dünyanın yarısından fazlası artık en az 1 adet akıllı telefon kullanıyor.
- Dünya nüfusunun neredeyse üçte ikisi en az bir cep telefonu sahibi.
- Dünya genelinde web trafiğinin yarısından fazlası artık cep telefonundan geliyor.
- Dünyanın dört bir yanındaki mobil bağlantıların yarısından çoğu artık "genişbant"

Bu değişim ve dönüşüm ile birlikte hayatımıza giren yeni kavramlar da var. Mesela Blockchain… Çoğumuz bu teknolojinin temel ürünü olan Bitcoin'e odaklansa da artık Blockchain teknolojilerinin bankacılık, finans, sağlık ve girişimciliğe kadar pek çok farklı sektörde kullanılması söz konusu. Örneğin Çin, dijital sertifikaları doğrulamak için Blockchain teknolojisinden faydalanmanın yollarını arıyor. E-ticaret devi Alibaba ise gıda sahtekarlığını önlemek ve tedarik zinciri takibi için Blockchain platformu deniyor.

İletişim sektörüne yönelik olarak ise, Blockchain üzerinde Open Reputation yani 'Açık İtibar' oluşturma girişimleri de mevcut. Burada, girilen içeriğin doğruluğunu ve geçerliliğini teyit ederek itibar derecelendiriliyor. Devamlı yalan haber ya da yanıltıcı bilgi yazan birinin itibarı da düşük oluyor. (https://openreputation.net/) Blockchain üzerinden fotoğraf teyidi yapmayı sağlayan aplikasyon "Uproov" da fotoğraf ya da videoların gerçek olup olmadığını ya da üzerinde manipülasyon yapılıp yapılmadığını teyit ederek, sosyal medyada yer alan fotoğraflı manipülasyonların önüne geçilebilecek.

Blockchain'in yakın gelecekte dijital sistemlerde yaşanacak yeni dönüşümler için önemli bir platform olacağına kesin gözüyle bakılıyor. Dijital dünyaya olan güvenin giderek azalmaya başladığı bugünlerde, itibarın bir numaralı kriteri "güven"i oluşturmak için biz iletişimi yönetenlerin de Blockchain teknolojilerine adaptasyonu gerekli hale geliyor.

Öne çıkan **kariyer fırsatları**

Sosyal Medya Uzmanı
Gri Creative,
hr@gricreative.com
Kozyatağı/ İstanbul

UI/UX Designer
Friday,
hello@fridayistanbul.com
Şişli/ İstanbul

Sosyal Medya Stajyeri
Komünite,
info@komunitedijital.com
Kadıköy/ İstanbul

Jr. Metin Yazarı
Lemonade,
refresh@lemonade.com.tr
Ulus/ İstanbul

Kurgu Operatörü
Ecographie,
cv@ecographie.com
Sanayi Mahallesi/ İstanbul

Sosyal Medya Yöneticisi
'74STUDIO,
bahar@istanbul74.com
Teşvikiye/ İstanbul

Jr. Art Direktör
MOWO,
hello@mowoistanbul.com
Etiler/ İstanbul

Jr. Tasarımcı
Rafinera,
info@rafinera.com
Çağlayan/ İstanbul

Pazarlama ve İletişim Uzmanı
INFLOW Summits, info@inflowsummits.com
Akatlar/ İstanbul

Art Direktör
Red and Gray,
hi@redandgreymedia.com
Üsküdar/ İstanbul

İçerik Editörü
Contentus,
info@contentus.net
Şişli/ İstanbul

Art Direktör
Wonder Wheel,
cv@wonderwheel.com.tr
Beşiktaş/ İstanbul



CURIOUS

FRP'ler nedir ve bize nasıl yardımcı olurlar

Fantastik Rol Yapma oyunları, yani FRP'ler, 40 yılı aşkın süredir varlar. Son zamanlarda Türkiye'de popülerlik kazanmaya başlayan bu masa üstü oyun türü aslında sadece bir oyun değil. Aynı zamanda hayatın minik bir pratiği.

Mehmet Alan **365 sn**

Başta FRP'nin ne olduğunu bilmeyenler için onu açıklamam gerekiyor: FRP yani Fantasy Role Playing (Fantastik Rol Yapma) kısaca, olmadığınız karakterler gibi davranıp, onlarla belirli kurallar çerçevesinde oynamak demek. Oyuna başlayabilmek için ilk başta oyuncuların kendilerine bir karakter yaratmaları gerekmektedir. Yaratılan karakterler elf, cüce veya ork gibi fantastik yaratıklardan cyborg veya android gibi bilim kurgu yaratıklarına kadar her şey olabilir. Irklar belirlendikten sonra seçilen kurallar dahilinde her oyuncu karakterlerinin uzmanlık alanlarını seçerler, bunlara kısaca 'class' denir. Oyunun kuralları içinse birçok farklı kaynak mevcut, sizin sadece ne oynamak istediğiniz önemli. Oynamak için lazım olan araçlar ise gayet basit: oyuncular, iki ila beş arası makul, oyunu yöneten bir kişi, yani Game Master, kağıt ve kalem. Az araç isteyen bu oyun türünün tamamlanabilmesi için ihtiyacı olan en önemli şey ise hayal gücü.

Oyunun nasıl oynandığına gelince; oyun, bir hikaye anlatıcıya ve hikayeyi ilerletecek karakterlere ihtiyaç duyuyor. Yani oyun, arkadaşlarınızla bir araya gelip hep beraber anlattığınız bir öykü aslında. Hikaye anlatıcısı hazır olan senaryolardan birini seçebilir veya kendisi sıfırdan bir senaryo yaratabilir. Bu senaryolar dünyayı büyük bir kötülükten kurtarmaktan küçük bir soygun gerçekleştirmeye kadar her şey olabilir. Kurallar ise seçtiğiniz veya yarattığınız senaryoya göre değiştirilebilir ve ayarlanabilir. Sonuçta amacınız maceralar yaşayıp,

eğlenmek ve eğer kurallar buna engel oluyorsa onları yıkmakta serbestsiniz. Eğer senaryo herkesin hoşuna gidecek bir şeyse ve kurallarla karakterler belirlendi ise oyuna başlanır.

Şimdi oyunun kendisine biraz aşina olduğunuza göre size faydalarından bahsedebilirim. Oyun, rekabetçi bir şekilde oynanabilse de, temelinde bir grup insanın beraber çalışıp bir mücadeleyi aşmalarına dayandığı için öncelikle iş birliğini güçlendiriyor. Oyuncular kendilerinden başka karakterler canlandırdıkları için ise empati kurma becerileri gelişiyor, ve karşılaştıkları problemler onlara problem çözme yetenekleri ve istenmeyen durumlarla ilgilenebilme becerileri kazandırıyor. Beraber bir hikaye yarattıkları için ise yaratıcılıkları, başka insanlarla beraber iletişimde oldukları için ise sosyal becerileri gelişiyor. Ve eğer kişinin kendisi belli sosyal kaygılar yaşıyorsa oynadıkları karakterler aracılığıyla bu kaygılardan kurtulabiliyorlar. Detay ve kanıt vermeyince büyülü gibi duruyor evet, belki de öyledir, ama inanın bana işe yarıyor.

İş birliği

Oyun yöneticisinin yani Game Master'ın, oyuncuların karşısına çıkardığı problemler değişkenlik gösterebilir, bu problemlerin zorlukları, çözüm yolları ve çözümü sağlayacak olan materyaller birbirlerinden farklı olabilirler. Ama bu problemleri çözmek için oyuncular her zaman beraber çalışmak zorundadırlar. Çünkü hangi sisteme veya kurala göre oynuyor olurlarsa olsunlar, oyun hiçbir zaman karakterlerin kendi başlarına her şeyi başarabilmelerine izin vermez. Mesela bir büyücü ellerinden ateş çıkarıp sönmüş meşaleleri yeniden yakabilir ama mağaranın girişini tıkayan kayayı yerinden kaldıramaz. Çünkü büyücüler tasarım gereği yüksek akli becerilere sahiptirler ama kas konusunda diğer becerilere sahip karakterlere muhtaçtırlar. Yani aynı gerçek hayatta olduğu gibi oyunda da her konuda harika olamazsınız. Oyuncuların canlandırdıkları karakterler eksiklerinin farkında olup karşılarına çıkan mücadelelerin üstesinden bu eksiklikleri göz önüne alarak gelmeye çalışırlar. Ellerinde sahip oldukları sınırlı kaynaklarla ve çeşitli yeteneklere sahip iş gücü ile karşılaştıkları problemi çözerler. Aynı zamanda oyuncular hem kendi hem de diğer karakterlerin becerilerinin ne olduğunu ve hangi konuda uzmanlık gösterdiklerini öğrenirler. Yani aynı gerçek hayatta ki gibi, bir grup insan neleri başarabildikleri ortaya atıp yeteneklerine ve uzmanlıklarına göre iş bölümü yaparak önlerindeki engelleri aşarlar.

Problem çözme

Problem çözme becerilerine gelince, burada oyunu yöneten kişiye oyunculardan biraz daha fazla iş düşüyor. Sonuçta problemleri yaratacak kişi, en azından direkt olarak, Game Master. Yaratılan problemler genel veya özel olabilirler. Mesela önlerine verilen görev canavarlar tarafından ele geçirilen bir kaleyi temizlemek olabilir. Veya karakterlerin geçmişinden gizemli bir figür onlardan kurtulmaya çalışıyor ve



kahramanlarımızda bu gizemli figürün kim olduğunu bulmaya çalışıyor olabilirler. Önemli olan oyuncuların önlerine çıkan bu önlemleri ellerindeki sınırlı kaynakları ve yetenekleriyle aşma yolları bulmaları. Çünkü FRP dünyasında her sorun şiddetle çözülen türden değil: oyuncuların çoğu zaman araştırma yapması, bulmaca çözmesi veya diplomatik yollara başvurması gerekmektedir. Eğer oyuncular çözüm bulma stratejilerini çeşitlendirmezlerse kaybetmeye mahkumdurlar. Bu kaybetme olasılığı oyunculara kendilerini geliştirmeleri için bir teşvik görevi görür. Ve eğer oyuncular başarısız olurlarsa da eksikliklerinin farkına varıp onları düzeltmenin yollarını gösterir.Oyunda öğrenilen teknikler çoğunlukla gerçek hayata da uygulanabildiğinden oyun üzerinde yaptıklarınız aslında problem çözme pratiğidir.

Empati ve iletişim

Bu bağlamda, oyuncuların aynı zamanda iletişim kurma ve empati becerileri de artar. Eğer oynadığınız grup yakın arkadaşlarınızdan, oluşmuyorsa aynı yeni bir iş yerinde olduğu gibi, ilk önce oyunu oynadığınız kişilerle ilişki kurmaya başlamalısınız. Onları tanımaya, ne sevdiklerini, boş zamanlarında neler yaptıklarını sorarak başlayabilirsiniz. Bu hem oyun hem de gerçek hayat için geçerli: sonuçta soruların cevapları ya hayal gücünüze ya da ne kadar paylaşmak istediğinize göre değişiyor. Yani tüm kontrol sizde ve oyuncularla/iş arkadaşlarınızla nasıl bir ilişki kurmak istediğiniz de sizin elinizde. Empati konusu ise biraz daha karışık. Oyunu, oluşturduğunuz karakterleri yöneterek oynadığınızdan oyunla aranızda bir uzaklaşma gerçekleşiyor. Yani siz bütünüyle oyunun içerisinde değilsiniz aslında, karakteriniz sizin oyun içerisinde ki bir temsilinden ibaret sadece. Daha önce dediğim gibi ne kadar paylaşmak istediğiniz size kalmış, yani karakterinizi istediğiniz kadar kendinize benzetebilirsiniz. Ya da gerçek hayatta asla olmayacağınız veya olamayacağız bir karakter yaratıp oyunun dünyasını onun aracılığı ile yaşayabilirsiniz. Yaşamak diyorum çünkü belli bir yerden sonra oynadığınız karakterler sizin bir parçanız oluyorlar. Çünkü masa başında olan şey bir grup insanın bir araya gelip yaşadıkları bir anıyı anlatmasına benziyor. Oyun süresince olanlar, karakterlerin başından geçenler, oyuncular için ne kadar uzakta olursa olsun hafızalarında sanki kendileri veya bir tanıdıkları yaşamışçasına taze ve heyecanlı kalıyor. Aslında gerçek olmasalar da hepsi oyuncuların aklında anı misali yer ediniyorlar. O yüzden masa başında olanlara 'yaşanmışlık' demek doğal geliyor. Oyuncular kendi karakterlerinin ve diğer oyuncuların ve karakterlerinin yaşadıklarını içerleyip onlarla ortak bir anlayış gerçekleştirebiliyorlar. İşte bu da empati oluyor, kanaatimce.



Yaratıcılık

Oyuncular birbirleri ile anlaşmaya ve iletişim kurmaya alıştıklarında ise yarattıkları hikaye de ona göre çeşitlilik göstermeye başlıyor. Ana hikaye anlatıcı Game Master olsa da belli bir yerden sonra oyuncuların yaptığı seçimler onlara hikayenin kontrolünü devrediyor. Oyuncular karakterlerinin aracılığı ile oynadıkları dünya üzerinde etkiler bırakıp o dünyayı kendilerine göre şekillendirmeye başlıyorlar. Bu da tabii ki oyuncuların yaratıcılığını geliştiriyor. Yaptıkları iş ne kadar grupça olsa da oyunda olan herkesin katkı sağladığı bu iş ortak bir projeye dönüşüyor. Karakterler ve yaşadıkları dünya kat ve kat daha da ayrıntılı olmaya başlıyor. Oyuncular ve Game Master ortaklaşa bir evren yaratıp o evreni birbirleri ile paylaşıyorlar. Bu paylaşımı bir toplantı odasında yeni fikir üretmekle kıyaslayabilirsiniz. İkisinin amaçları farklı olsa da izledikleri yollar aynı: belli kurallar çerçevesinde, doğal bir şekilde gelişen fikirler bütünlüğü. Bu tanım bir grup insan ile yarattığınız her şey için kullanılabilir, FRP size bu yaratım sürecinin pratiğini öğretebiliyor.

Oyunun katkı isteyen yapısı, oyuncuları kendilerinden bir şeyler katmaya itiyor. Böylece oyuncular oyunla istemsiz de olsa bir bağ kuruyorlar.

Sosyal beceriler
FRP'lerin iletişim becerilerini geliştirdiğinden çoktan bahsettim ama iletişim becerileri sosyal becerilerin tamamını kapsamıyor. Kendi fikrini düzgün bir şekilde ortaya atabilmek, gerektiği zamanlarda bir duruş sergileyebilmek ve başkalarının fikirlerine açık olmak gibi beceriler FRP yoluyla rahatça öğrenilebilir. Oyun herkesin katılımını gerektirdiği için elinde sonunda her oyuncu belli sosyal becerilerini kullanmak zorunda kalacaktır.

Yapılan seçimler oyuncuların hepsini etkilediğinden ortak bir karara varılması için her sesin duyulması ve her itirazın seslendirilmesi gerekmektedir. Bu gereklilikler oyunculara sosyal becerilerini deneyebilmeleri için mükemmel zamanlar oluştururlar. Bu deneyimler ise oyuncular için gerçek hayatın bir pratiği haline gelirler. Kendilerini ifade etme yetenekleri diğer oyunculara kurdukları güven bağları sayesinde güçlenir. Oyuncu fikirlerinin ve onları doğru şekilde aktarabilmenin değerini anlar. Yani FRP'ler size gerçek hayatta ihtiyacınız olan özgüveni sağlayabilir.

Şimdi bu anlattıklarımı biraz da kanıtlar ve örneklerle desteklersem eminim beni biraz daha ciddiye alacaksınız. Amerika'nın Seattle ve Kirkland şehirlerinde Wheelhouse Workshop isimli bir terapi grubu açılmış. Grubun amacı gelişim çağındaki çocuklara gelişimlerinde faydalı olabilecek sosyal becerileri FRP oyunları ile sağlamak. Grubun yaratıcıları ise Adam Davis ve Adam Johns, ikisi de lisanslı terapistler ve yaptıkları işin çocuklar üzerindeki olumlu etkilerini kendi gözleriyle görüyorlar. Çocukların çekingenlik hallerinden çıkıp, karakterleri aracılığı ile nasıl seslerini kazandıklarını ve nasıl kişiliklerini oturttuklarından bahsediyorlar. Başka bir örnek ise konu üzerinde yapılan empati araştırmalarından verilebilir. Araştırmanın ismi "Empathic Features and Absorption in Fantasy Role-Playing," ve içeriği ise 127 deneğin çeşitli empati ölçen testlerde nasıl normalin üzerinde başarı gösterdikleri ile alakalı. Deneklerin hepsi FRP oyuncuları ve yaptıkları iki farklı test sonucunda bu oyuncuların karşılaştırma grubuna göre daha fazla empati becerisi gösterdikleri ortaya çıkmış. Yani bilimsel olarak kanıtlanmış bir gerçek. Ve eğer çalışma alanlarında FRP'nin nasıl kullanıldığını görmek istiyorsanız internette beş dakika göz gezdirmeniz yeterli. İnsanlar forumlarda, dergi sitelerinde ve çeşitli köşe yazılarında FRP'nin nasıl iş hayatlarını olumlu yönde etkilediklerinden bahsediyorlar. The Telegrapgh'te 2014 yılında yayınlanan bir yazıda Zindanlar ve Ejderhalar oyununun 40'ıncı yılı şerefine bir yazı yazılmış. Yazının başlığı ise "Zindanlar ve Ejderhalar Bize Gerçek Hayat Hakkında Ne Öğretebilir". Yazının kendisi kısa olsa da içeriği burada bahsettiklerimizle hemen hemen aynı. Yani bu konu sadece bugün, burada konuşulan bir konu değil. İnsanlar çoktan FRP'lerin hayatımızdaki yerlerini araştırmaya ve onlardan bahsetmeye başladılar. Oyunun etkileşim gerektiren yapısı oyuncuların kendilerinden katkı sağlamalarını bekliyor. Eğer bu katkı gereksinimi sağlayamıyolarsa da oyun bu eksiklikleri öğrenmek için harika bir platform oluşturuyor. Benim yapabileceğim ise konuşulanları olabildiği kadar yüksek ses ile tanıdıklarıma anlatabilmek. Umarım FRP alemine merakınızı biraz bile olsa uyandırabilmişimdir.

Jeff Bezos'tan ay kolonisi planları

NASA uzayın uzak mecralarını, SpaceX ise "gezegenden nasıl ucuza kaçarız"ı araştırırken Jeff Bezos ay kolonisi planlarını hayata geçiriyor. Jeff Bezos kendi cebindeki parayla kurduğu ve finanse ettiği Blue Origin şirketi ile ayda koloni kurma planlarını açıkladı. Koloni yerleşimden çok endüstri üzerine olacak ve eğer başarılı bir şekilde uygulanabilirse Bezos, aydaki endüstriyel kolonilerin dünya üzerindeki kaynakları korumaya yardım edeceğini düşünüyor.





Bezos, Los Angeles'ta gerçeklerştirilen Space Development Conference'ta gelecekten bekledikleri konusunda "Çok da uzak olmayan bir gelecekte - belki on belki yüz yıl içerisinde - şu anda dünya üzerinde yaptığımız şeyleri uzayda daha kolayca yapabilmeye başlayacağız, çünkü çok fazla enerjimiz olacak. Bu gezegenden ayrılmamız gerekecek. Ayrılacağız ve bu da gezegenin yararına olacak" diye bahsetti.

Açıklamasında dünyadan faydalanmaya tabii ki devam edeceğimizi çünkü "Burada ayda bulamayacağımız kaynaklar ve mineraller var" diye belirtti. Ama ileride ayda üretim üsleri olacağının su götürmez bir gerçek olduğunun da altını çizdi.

Gün boyu panellere güç verecek güneş, karanlık köşelerde saklanan su kaynakları ve yapı için kullanılabilecek bir sürü regolit, Bezos'un dediği gibi "Sanki birisi burayı bizim için hazırlamış."



Bezos, NASA ve Blue Origin arasında yapılacak bir ortaklık teklifini çoktan sunmuş. Ortaklığın amacı ise ay tabanlı üretim ve yerleşim olanaklarını test etmek ve bu tür tesislerin kurulmasında yardımcı olacak 5 ton yük taşıyabilen bir uzay aracı inşa edebilmek.

Fakat, Bezos'un bahsettikleri şimdilik kurgusal ve Blue Origin'in ürettiği roketler ise sadece yörünge altında çalışıyorlar. Ancak Bezos ayı kolonileştirme çalışmalarına şimdiden başlamakta, açıkça bir zarar görmüyor diyebiliriz.







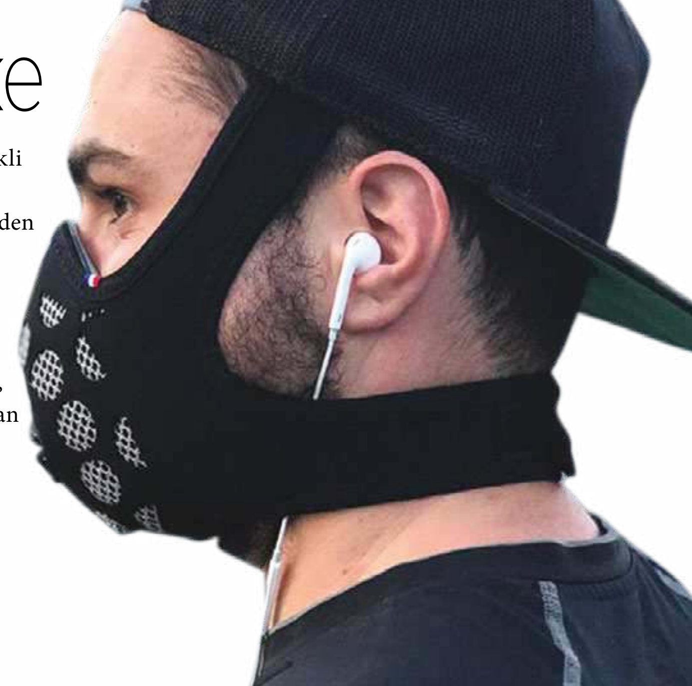
Hava kirliliğine karşı şık bir maske

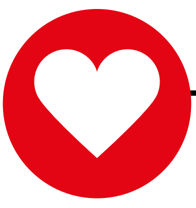
Hava kirliliğinden endişeleniyorsanız günlük kullanıma uygun, şık R-PUR koruyucu maske aradığınız ürün olabilir.

Paris bazlı R-PUR şirketi hava kirliliğine karşı şık ve bir o kadar kullanışlı maskeler tasarlıyor. Maskeler nano-filtreleme teknolojileri sayesinde en küçük partekülleri bile filtreleyebiliyor: toksik, diesel, polen gibi hatta virüs ve bakteri gibi partekülleri bile.

Yapımı ve tasarımı tamamıyla Fransız olan ürün iki tekerlekli araç kullanıcılarının ihtiyaçları dahilinde düşünülmüş. Özellikle motorsiklet ve bisiklet kaskları için tasarlanan maskenin sürekli kullanımın sağlanabilmesi cilt ile temas eden bölgelerini yumuşak ve ergonomik materyallerden üretmişler. Filtrasyon için ise Dünya Sağlık Örgütü ile beraber çalışıp nanometre ufaklığındaki partekülleri filtreleyebilen bir teknoloji üretmişler.

Hava kirliliğinin, özellikle de büyük şehirlerde, artmasıyla beraber ihtiyaç dahiline girebilecek olan ürün "Breathe better, Live longer" sloganları ile beraber amaçlarının nefes alınabilir bir geleceğe olanak sağlamak olduklarını söylüyorlar.





PASSION

İtalyan karizmasının örneği: **Alfa Romeo Stelvio**

Alfa'nın sedan modeli Giulia üzerinde temellendirilen ve ismini İtalya'nın en yüksek dağ geçidinden alan Stelvio bakalım bu ismini ne kadar hak ediyor?

Mücahit Burak Bağçe **171 sn**

Normal şartlar altında otomobillerin tasarımlarından uzun uzun bahsetmeyi pek de anlamlı bulan biri değilim. Neticede tasarım öznel bir kavramdır ve kim ne söylerse söylesin sizin fikrinizi değiştiremez. Fakat konu bir İtalyan olduğunda yukarıda söylediklerim tamamen geçerliliğini yitiriyor.

Bugün karşımızda bulunan Alfa Romeo Stelvio ise İtalyan karizmasını kaslı bir SUV gövdesinde taşıyan özel bir otomobil. İçine girdiğiniz andan itibaren farklı bir aracın içerisinde olduğunu size hissettirebilen Stelvio, hem içeride hem de dışarıdaki şık tasarımıyla sürücüsüne rakiplerinin sunamayacağı farklı havayı tattırabiliyor.

İnce formlu ve bıçak gibi yanlara uzayan ön arka far grupları ve ön kısımdaki klasik Alfa tasarımı ve plakalığın sol tarafta olmasıyla Stelvio diğer otomobillerden rahat bir şekilde ayrılabiliyor. Otomobil kırmızı kaliperler ve opsiyon listesinde bulunan 20 inç büyüklüğündeki alüminyum alaşımlı jantlarla "dinamik" bir SUV olduğunun ipuçlarını veriyor. Kırmızı fren kaliperlerinin siyah veya sarı renkte satın alınabilmesi ise çok iyi düşünülmüş bir seçenek. Bu kadar yüksek bir Alfa havası olan bir otomobilin opsiyon listesindeki Competizione Kırmızısı gövde rengi ve sarı renkli fren kaliperleriyle kombine edildiğinde ortalama bir benzin kafanın gönlünü çelmesi içten bile değil.

Stelvio, iç mekana geçildiğindeyse İtayanların düşük kalitedeki iç mekan oluşturma klişesini yıkıyor. Geçmişte daha ulaşılabilir otomobiller üreten, günümüze geldiğimizdeyse artık daha üst segmentlere göz kırpan Alfa Romeo'lar kokpit kalitesini Stelvio ile birlikte yükseltmeye devam ediyor. Tüm bunlara rağmen kullanıcıların pek de temas etmeyeceği yerlerde eski Alfa'ları anımsatan







malzemeler kullanan otomobil, genel olarak iyi bir intiba bırakmayı başarıyor.

Yakışıklı tasarımı ve kaliteli iç mekanıyla geçer notu kapan Stelvio, kullanışlılık ve pratiklik konularında rakiplerinden çok fazla geri kalmıyor buna karşılık pek de öne geçemiyor. 520 litrelik bir bagaj hacmi sunabilen Alfa'nın sportif SUV'u, beklentileri karşılasa da segmentinde daha geniş hacimli bagaj sunan modeller mevcut.

Otomobil her ne kadar dinamik bir yapıya sahip olsa da bir SUV ve bundan dolayı bulunduğu segmentin gerekliliklerini karşılaması bekleniyor. Bu yüzden Stelvio'nun güvenliği konusunda da uzun mesailer harcayan Alfa mühendisleri iyi iş çıkarmışa benziyor. Stelvio sahip olduğu ön çarpışma uyarı ve fren sistemi, şerit takip sistemi, kör nokta uyarı sistemi, lastik basınç kontrol sistemi, adaptif hız sabitleyici gibi sistemler ve 6 adet hava yastığı ile taşıdığı yolcuları güvende hissettiriyor.

Böylesine agresif bir otomobilin Euro NCAP çarpışma testinde yetişkin yolcu güvenliği klasmanından %97'lik bir puan alması, genel ortalamada ise tüm yıldızları toplayarak 5 yıldıza ulaşması önemli bir olgu.

Artık Stelvio'nun sürüş dinamikleri hakkında bilgi almak için sabırsızlandığınızı duyar gibiyim. Hem sizi daha fazla sabırsızlandırmamak hem de bir Alfa Romeo'nun direksiyonu başında olmanın ne demek olduğunu bir an önce paylaşmak istiyorum.

Alfa Romeo Stelvio tartışmasız şekilde sürücüsüne çok keyifli anlar yaşatabilen bir otomobil. İnsanlar bir SUV'un her zaman sakin bir karaktere sahip olduğunu bu nedenden dolayı da sürücüsüyle pek de bağlantı kuran otomobiller olmadıkları yargısına varırlar. Fakat modern dünyada bu yargıların pek de yeri yok.

Bir SUV'dan beklenmeyecek derecede dinamik bir yapıya sahip otomobil, yine bir SUV'a göre beklenmeyecek derecede dengeli. 50/50 ağırlık dengesi ve "Q4" 4 tekerlekten çekiş sistemiyle birlikte Stelvio'nun yol tutuş limitleri sınıf ortalamasının üzerinde. Üretiminde karbonfiber ve alüminyum parçaların kullanılmasıyla bir SUV'a göre hafif sayılabilecek bir otomobil olan Stelvio'nun boş ağırlığı ise 1.660 kg. Fakat bunlar sizi çok da yanıltmasın. Sonuçta bu araç bir SUV ve fizik kuralları gereği hiçbir zaman alçak bir otomobil kadar viraj kabiliyetine sahip olamaz. Serte yakın süspansiyonlarına rağmen virajlarda yatma eğilimi gösteren otomobil, aynı platformu paylaştığı Giulia'nın yerden yüksek bir versiyonunu gibi tepkiler veriyor.

Stelvio'nun kalbinde ise 2.0 litre hacimli, 280 bg güç ve 400 Nm tork üreten 4 silindirli benzinli bir motor yer alıyor. 5.250 d/dak'tan itibaren 280 beygirin tümünü, 2.250 d/dak'tan itibaren ise 400 Nm torkun tamamını kullanmanıza izin veren bu motor ünitesi otomobili yeterli şekilde hızlandırmanıza yardım ediyor.

5.7 saniyede 0'dan 100 km/s hıza çıkabilen otomobil, bu bilginin sadece katalog verisi olarak yazılmadığını gösteriyor. 5.7 saniyelik bir sürenin ortaya çıkmasına neden olan en büyük etmen ise 8 ileri otomatik şanzıman. ZF'nin ürettiği bu tam otomatik şanzıman, tüm şartlar altında görevini layıkıyla yerine getirebiliyor.

Direksiyonun arkasındaki "devasa" vites kulakçılarıyla da manuel şekilde kontrol edilebilen şanzıman, otomobilin en pahalı parçalarından biri olduğunu her zaman size hatırlatıyor.







Hayallerinizi **asla ertelemeyin**

Kendimi tanıma ve keşfetme yolculuğuna çıktığım günlerde motosikletin bana hissettirdikleri hayatıma bambaşka bir yön çizdi.



İlayda Yağmur Yılmaz (27)
İşletmeci

119 sn

17 Haziran 1990 tarihinde Zonguldak / Çaycuma'da dünyaya geldim. Bebekliğim huysuz, çocukluğum da oldukça hareketli geçmiş. Spor hayatım da aslında o yaşlarıma uzanıyor, benden 3 yaş büyük olan ablamın doğuştan gelen bedensel engeli sebebiyle yürüyememe ve diğer sağlık problemlerinin üzerine bir de benim ayaklandığım çağımda yerimde durmayışlarım eklenince, ordu mensubu olan babam işe giderken beni de yanında götürmeye başlıyor. Asker ağabeylerimle 4-5 yaşında pentatlona girmeye başladım, içtimalara çıkıyor, onlar ne yapıyorsa yapmaya çalışıyordum.

8 yaşında atletizm ve judoya başladım okul takımlarına seçilerek. Judo'da mavi kuşağa kadar devam ettim, sonrasında babamın mesleğinden dolayı sürekli tayinimiz çıktığı için gittiğim yerde yoktu ve bırakmak zorunda kaldım. Atletizm'de sayısız derece elde ettim, yaklaşık 5 sene 10 bin koşucusuydum. Ortaokulda 2 sene okulumun basketbol takımında oynadım, bölgesel başarılar elde ettik takımımla. Judonun hayatımdan çıkması aslında büyük bir boşluk yarattı bende ve yerini Taekwon-do ile doldurdum. Onda da müsabık olarak bir çok müsabakaya katıldım ve dereceler elde ettim. Yine bir tayin çıkması sonucu o takımımdan da ayrılmak zorunda kaldım.

Ankara'da lise öğrenimimi tamamladıktan sonra üniversite sebebiyle İstanbul'a geldim ve o gün bugündür, 9 senedir İstanbul'dayım. :) İstanbul'a gelişimle birlikte aslında yıllardır içimde gizli kalan ekstrem sporlara olan tutkum açığa çıktı. Küçüklüğümde bisiklet ya da patenle araların arkasına tutunup hızlanmayı çok severdim, tabii o zaman ekstrem spor denen kavrama bile çok uzağım. Kendimi tanıma ve keşfetme yolculuğuna çıktığım o günlerde motosikletin bana hissettirdikleri hayatıma bambaşka bir yön çizdi. Bu süreçte downhill, binicilik, yamaç paraşütü, bungee jumping, crossfit, kitesurf, kick boks gibi bir çok spor / ekstrem spor

branşıyla da içli dışlı oldum tabii ki ve birçoğuna da aktif olarak devam ediyorum.

21 yaşımda motosikletle tanıştım, 6 senedir kullanıyorum. Geçen sene katıldığım 600cc Bayanlar Kategorisi yarışında ilk resmi yarışımda birinci oldum. Motosikletin hayatımdaki yerini tarif edebilmem çok zor, her zaman söylediğim bir şey var: "Mutluluk kavramını motosikletten önce bilmiyormuşum gibi hissediyorum." Günlük hayatımda 7/24 motosiklet kullanıyorum, arazide enduro yapıyorum vakit buldukça. Uzun yola, kısa yola, bütün ulaşımlarımı motosiklet ile karşılıyorum. 9 yaşında bir kardeşim var. 3 yaşından beri benimle birlikte motosiklete biniyor, 2500 km ile ilk EGE turumuzu 2 sene önce yaptık hatta. :)

Şimdi ise ablamın en büyük hayallerinden birini gerçekleştirmek için büyük çaba harcıyorum. Doğuştan gelen bedensel engel ve rahatsızlıklarının yanında 2016'da da 4. evre lenfoma teşhisi konduğunda 1,5 sene ablamla çok zorlu ve çetin bi mücadeleye başlamıştık. O günlerde de her fırsatta motosikletimize binip deşarj olduk. Ve ablamın o günlerinde söylediği bir söz vardı: "Bu hastalığı yenersem motosikletle kardeşlerimle İtalya'yı gezmek istiyorum." Hastalığı yendik çok şükür, şimdiki amacım ise ablamın hayalini gerçekleştirmek. Motosiklet aileme benimle birlikte girdi, ilk başta bu hayali kuran ablam da dahil olmak üzere herkes karşı çıktı, kimse istemedi. Ama şimdi ailemizin içinde bile motosikletimden bahsederken "oğluş" diyoruz. :)

Hayat kimine kısa, kimine de uzun. O yüzden asla hayallerinizi ertelemeyin, hep peşinden koşun olur mu?

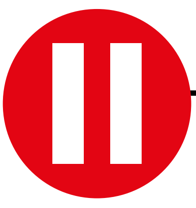












PAUSE

Bilgi'den Cannes'a bir kondüktörün hikayesi

Uçakla bir yerden bir yere giderken o geçtiğiniz yerleri göremiyorsunuz, oradaki kültürleri göremiyorsunuz, oradaki insanları tanıyamıyorsunuz ama Doğu Ekspresi'nde ya da herhangi bir tren seyahatinizde farklı kültürden insanlarla tanışma fırsatınız oluyor. O yeri ve yüreği görme fırsatınız oluyor.

Ceren Caner
Mehmet Alan
406 sn

YouTube ve Instagram'da giderek karşımıza daha fazla çıkan Doğu Ekspresi seyahatlerine bakış açımız hep bir yolcunun gözünden oldu. Bilgi Üniversitesi İletişim Fakültesi'nden öğrenciler de bu bakış açısını değiştirmek için yola çıktılar ve son durakları tahminlerinden de öte bir yer; Cannes Film Festivali oldu.

Ceren Caner: Filmin hikayesi nasıl ortaya çıktı?
Alper Özdemir: Aslında bu fikir geçen yaz benim Ankara'dan Erzincan'a Doğu Ekspresi'yle gidişimle başladı. Daha önce böyle bir deneyimim olmamıştı. Orada da Ergüder abiyle karşılaşmıştım, o zaman tanışmamıştım fakat çok dikkatimi çekmişti. Bu kondüktörler hat boyunca neler yapıyorlar, 26 saat gidiş-26 saat dönüş süresince uyumuyorlar, yollarla aralarında nasıl bir bağ oluştu. Bunları merak ettiğim için bu fikir aklıma geldi. Hali hazırda zaten bir bitirme projemiz vardı ve biz de bu projeyi Doğu Ekspresi'nde kondüktör olan bir memurla yapalım dedik. Yolcularla ya da Doğu Ekspresi'nin tarihiyle değil de oradaki emekçilerle bir şeyler yapalım dedik. Sonuçta böyle bir şey çıktı ortaya. Bir de Oğuz hoca

var, bizim proje danışmanımız, Oğuz Yenen. Aslında onun yönlendirmeleriyle biz hareket ettik. Yani en az bizim kadar onun da bir payı var filmde. Hatta biz filmi bitirme projesinde izlettiğimizde gözleri doldu. Bu da bizi bayağı heyecanlandırdı ve duygulandırdı. Etkisi çok büyük bizde; yani biz neredeyse ikinci sınıftan beri Oğuz hocanın yanından ayrılmıyoruz, bütün projelerinde yer alıyoruz ve "böyle bir proje ancak Oğuz hocayla yapılır" diye biz hareket ettik. Çünkü bizi gerçekten çok rahat ettiriyor, istediğimiz gibi iş yapabiliyoruz ve en çok anlaşacağımız kişi Oğuz Yenen'di. Dolayısıyla biz de öyle bir şey yaptık. Bir sonraki projemizde de-şuan yani- yine Oğuz Yenen'leyiz. Çalışmalarımız devam ediyor yani. Oğuz Yenen'i anlatmasak olmazdı tabii ki.

Ceren: Ergüder Kuzucular'ı seçmenizdeki sebep neydi? Bir kontağınız var mıydı ya da o kontak nasıl sağlandı, nasıl kabul etti?
Alper Özdemir: Önce keşif için gittik biz ekiple, Ankara'dan Kars'a bir yolculuğumuz oldu. O anda da neler çekebiliriz, neler var diye iyice bakma fırsatımız oldu. Neredeyse tüm oradaki görevlilerle, memurlarla bir kontağımız oldu ve Ergüder Kuzucular'a ulaşma sebebimiz aslında oradaki kondüktörler oldu. Çünkü bazı bloggerler, YouTuber'lar da Ergüder Kuzucular'la röportaj yapmış ve bloğunda onları kullanmış. 3-4 tane kontak numarası verdiler, bunların aralarında Ergüder Kuzucular da var. Ergüder Kuzucular'la konuştuğumuzda bayağı bir samimi gelmişti bize ve "ben oynarım, ben bu işi yaparım" gibi bir yanıt alınca Ankara'ya Ergüder Kuzucular'la buluşmaya gittik ve istediğimizi anlattık, o da gayet memnuniyetle karşıladı.
Umut Yılmaz Genç: Aslında Ergüder abi filmin prodüksiyon aşamasında bizim kadar çalıştı diyebiliriz. Hakikaten sanki kendi işiymiş gibi koşturuyordu.
Alper Özdemir: Tabii, tabii…
Umut Yılmaz Genç: Bunu da atlamamak lazım.
Alper Özdemir: Daha sonra evine gittik. Bizi bayağı iyi karşıladılar. Oradaki çekimlerden sonra, Doğu Ekspresi'yle çekimlere başladık.

Ceren Caner: Filmin çekim sürecinden bahsedebilir misiniz? Nasıl oldu, neler yaşandı?
Alper Özdemir: Kasım 17'si gibiydi sanırım...
Umut Yılmaz Genç: Ekim'de başladık, kağıt üzerinde Ekim'de başladık.
Alper Özdemir: Kağıt üzerinde tabii öyle. Çekim de bir ay sonra başladı. Dediğim gibi ilk önce Ankara'ya gittik. Oradaki çekimleri aldık, ev içerisindeki çekimleri de. Ayrıyeten bir sonraki gün de yolculuk başladı. Ankara Garı içerisinde çekimler oldu. Orada çalışanların genel rutinlerini, gerekli prosedürleri ve neler yaptıklarını çektik. Oradan da servislerle Kırıkkale-Irmak kasabasına gittik. Çünkü oradan kalkıyor artık. Oradan başlayıp Kars'a kadar 26 saat boyunca bir çekim aldık. Bu yolculuk sırasında bir kazayla karşı karşıya geldik. Erzincan-Kemah Surları içerisinde bir pikap rayların üzerine düşmüş. Dolayısıyla biz yaklaşık 1-1 buçuk saat kadar Kemah Garı'nda kaldık. Şöyle bir yanı oldu, orada daha çok insan tanımaya başladık. Böylece daha farklı







karakterler girmeye başladı filmin içine de. İzleyenler de bilir, bir şair var mesela, biz onu daha önceden de tanıyorduk, görüşme şansımız olmuştu. Erzincan-İliç'te yaşayıp neredeyse her gün Erzincan Merkez'e gidip ayakkabı boyacılığı yapıyor ama yanında zurnasıyla. Aynı zamanda da bir şiir kitabı var. Şiir kitabını da trende satıyor. Kemah Garı'nda o yanımıza geldi. Belki de belgesel içindeki en ilginç karakter o diyebilirim. En çok sevdiğim karakter de o diyebilirim. Şiirlerini de genellikle Erzincan-Kemah bölgesine yapılan HES'lere karşı protesto amaçlı yazıyor.
Umut Yılmaz Genç: Hatta şöyle komik bir anımız da vardı. Devlet Demir Yolları'ndan bize verilen izin kağıdında şunlar yazıyordu; T.C. numaralarımız, isimlerimiz ve "şu şu tarihler arasında biletleriyle binip 'Dünden Bugüne Doğu Ekspresi' miydi?
Alper Özdemir: Aynen, bizim için öyle bir isim hazırlamışlar. İzin alma süreci kolaydı aslında, yani biz okuldan gerekli izinleri aldık. TCDD'ye gönderdik. Orada bize yardım eden çoktu. Ki zaten biz ilk başvurduğumuzda bizi YouTuber sandılar.
Ceren Caner: Doğu Ekspresi bu kadar popülerleşmişken siz bu konuya başka bir perspektif getirdiniz ve biraz da eleştirel yaklaşıyorsunuz. Bu bakış açısı kendiliğinden mi gelişti yoksa en başından beri bu yapmak istediğiniz bir şey miydi?
Alper Özdemir: Aslında başlarken bir "hızlı tren ve doğu ekspresi gibi ekspres hatlarını karşılaştırma mı yapsak" diye düşündük. Fakat öyle bir işe girişmek için daha çok görüntü toplamamız gerekiyordu. O yüzden Doğu Ekspresi ve hızlılık üzerinden bir şeyler yapalım dedik. Biz Ergüder abiye sorularımızı sorarken de buna göre sorular hazırladık. Hızlı trenle kıyasladığımızda, bir uçakla bir yerden bir yere giderken o geçtiğiniz yerleri göremiyorsunuz, oradaki kültürleri göremiyorsunuz. Tabii yani, hız zoraki anlamıyla tabii ki öyle bir şeyler olabilir ama. Geçtiğiniz yerleri göremiyorsunuz, oradaki insanları tanıyamıyorsunuz ama Doğu Ekspresi'nde ya da herhangi bir tren seyahatinizde farklı farklı kültürden insanlarla tanışma fırsatınız oluyor. O yeri, yüreği görme fırsatınız oluyor. Biz de aslında bunun üzerinde durmak ve bir kondüktör üzerinden bunu görmek istedik.



Kondüktörler de bir nevi gezgin gibi geliyor bana. 34 seneden beri bu işi yapan bir insanla bunu yapmak bayağı bir heyecan vericiydi bizim için de. Genellikle bu hızlılık konusu üzerinde durduk.

Mehmet Alan: Yolculuğu Ergüder Kuzucular gözünden mi yansıttınız yoksa kendi yönlendirmeleriniz sonucunda mı bu kareler ortaya çıktı?
Alper Özdemir: Zaten Ergüdar Kuzucular'ın Ankara'dan Kars'a kadar ki bütün rutinlerini çektik. Dolayısıyla aslında onun gözünden bakıyoruz. Gözlemci belgeselin de bir dalı olan "direct cinema" dalına giriyor bu yaptığımız iş. Hiçbir şekilde müdahale etmeden ne varsa, o anda trendeki rutinlerden buradaki bürokratik işlemlere kadar kameramızla takip ettik ve onlara tanıklık etmek istedik. Aslında, hani, bizim yönlendirmemizle olan bir şey değil, tamamen doğal akışına bıraktığımız bir belgesel oldu.



Mehmet Alan: Yakın gelecekte planladığınız projeler var mı?
Alper Özdemir: Bir kısa film üzerinde çalışmaya başladık, hatta onun kurgusu da devam ediyor. Belgesel ama tabii farklı bir yerde duruyor bizim için, hala yapmak istediğimiz bir iş. Yine böyle bir insan hikayesi üzerinde durmayı istiyoruz. Yani bir yayla olur ya da başka bir yer olu..
Umut Yılmaz Genç: Tren olmaz gemi olur. Kondüktör değil kaptan olur.
Alper Özdemir: Mesela bizim bu kısa film olmasaydı eğer yaylacılarla ilgili bir film yapmayı düşünüyorduk. Aslında bir isteğimiz var, bu tür belgesellere devam etmek.

Ceren Caner: Bilgi'den Cannes'a ulaşan o yolda neler yaşandı, nasıl bir süreç geçti?
Umut Yılmaz Genç: Aslında ilk amacımız tabii ki ana bitirme projemizi teslim etmekti ama tüm yegane hedefimiz de o değildi. Elbette daha yukarısını da hedefliyorduk. Şöyle söyleyeyim yalnızca Cannes değil birçok festivale başvuru yaptık. Aslında açıklanmayanlar açıklananlardan daha fazla. Tabii fiziksel anlamda iştirak edebildiğimiz yalnızca Ankara Film Festivali oldu. Mevcut durumlar sebebiyle Cannes'a gidemedik tabii. Birkaç festivalimiz daha var. Aslında biz Kondüktör'ü pre-prodüksyon aşamasında, daha henüz kağıt üzerindeyken hiç festival falan düşünmemiştik. Çekimlere gittik, görüntüleri topladık, bilgisayarda izledik yine öyle bir şey aklımıza gelmedi. Ben ilk fragmanı yaptığımda Alper çok heyecanlanmıştı ondan sonra bir şeyler düşünmeye başladık. Ve ufak ufak hocalarımızın da etkisiyle "ya bu bir bağımsız festivale gider" gibi cümleler çok duymaya başladık sonra dedik ki neden olmasın. Ondan sonra festival süreci işledi. Cannes'a gönderdik, birkaç yurt dışı festivaline daha gönderdik; Rain Dance gibi Open City Documentary festivali gibi. Onlar henüz açıklanmadı, sürekli takip ediyoruz. Tabii Cannes'ın da haberini alışımız bayağı güzeldi, hatta Ankara'yla aynı gün mü açıklanmıştı?
Alper Özdemir: Ankara'yla aynı gün açıklanmıştı.
Umut Yılmaz Genç: Ankara'nın haberini bana sen verdin ben de sana Cannes'ı vermiştim.
Alper Özdemir: Dediğimiz gibi hiç aklımızda yoktu Cannes Film Festivali'ne filmi göndermek, hiç konuşmamıştık bile bunu. O sıralarda Zeynep Merve Uygun hocamız bir filmini İstanbul Film Festivali'ne göndermişti ve festival olayını yakından takip ediyordu. Onun yanına gidelim dedik. "Neden Cannes'a göndermiyorsunuz" deyince biz böyle bir kaldık, "Yani niye gönderelim ki" diye.
Umut Yılmaz Genç: Biz kimiz?
Alper Özdemir: "Cannes ne? Niye ki?" hani "Zaten yarışma dışı bir şekilde gönderebilirsiniz" dedi. Daha sonra Short Film Corner'ı araştırdık. Yakın bir süre kalmıştı zaten başvuruların bitmesine-
Umut Yılmaz Genç: 3 hafta gibi bir süre.
Alper Özdemir: Biz de bazı değişiklikler, re-vizeler yaptık üzerinde ve gönderdik. Sonuçta ,yaklaşık 3 hafta gibi bir süreçte de geri dönüş aldık.
Umut Yılmaz Genç: Zaten deadline'a çok yakın bir zamanda gönderdiğimiz için, geri dönüş de hızlı oldu.

Ceren Caner: Eklemek istediğiniz bir şey var mı?
Umut Yılmaz Genç: Bize nasıl mikrofon getirdiğini anlatsana.
Alper Özdemir: Aaa, onu anlatsın çok güzel hikaye.
Koral Ant: Mikrofon alıyorlar okuldan, bozuk çıkıyor. Ben de ertesi gün gideceğim yanlarına.
Umut Yılmaz Genç: Ankara'dayken kayda gireceğim, bir baktım mikrofon bozuk. Gayet pahalı bir alet ve temin etmeye kalksak belki Ankara'da yoktur bile. Olsa bile alamayız. Peki ben ne yapıyorum?
Koral Ant: Mikrofonu olan bir arkadaşıyla konuşuyor Umut. Benim de ondan almam lazım. O da bana bayağı uzakta bir yerde oturuyor. Ben de işte bir arkadaşımı ayarlıyorum falan, bizde de araba yok tabii… öğrenciyiz. Arkadaşım götürüyor beni, alıyorum mikrofonu. Ertesi sabah alelacele yedi trenine binip, mikrofonu yetiştiriyorum Ankara'ya. Öyle saçma sapan bir durumda, ben de saçma sapan bir şekilde dahil oluyorum gruba.
Alper Özdemir: Hayatımızı kurtardı diyebiliriz yani. Bir de arkadaştan aldığımız ses kaydedicisinde sünger yok ve patlıyor sesler. Buna bir çözüm üretmek lazım. Koral'ın aklına da bu otellerde kağıttan terlikler oluyor ya, onları sünger niyetine kullanmak geldi neyse ki ve işe de yaradı. Bayağı kurtardı bizi.
Koral Ant: Elimizde terlikle dolaşıyoruz böyle, ses alıyoruz. İnsanlar bakıyor "ne yapıyorlar" diye.
Umut Yılmaz Genç: Kurgusu 3 ay sürdü, beni biraz sinirlendirdi ama sonu güzel oldu.



Marvel filmlerinde **yeni bir dönem** başlıyor

Her sene yeni bir filmle izleyici karşısına çıkan Marvel filmleri her ne kadar olumlu eleştiriler de alsa genel hikaye anlamında değerlendirildiğinde benzer filmlerin izleyici karşısına çıktığını söylemek mümkün.



Alp Turgut (28)
Filmdoktoru.com

184 sn

Campaign JR. Kasım 2017 sayısında "Süper Kahraman Filmlerinin Evrimi" adlı yazımda da bahsettiğim gibi gittikçe dizilişen süper kahraman filmleri çoklu karakterli filmlerle artık seriyi takip eden izleyici kitlesine hitap etmeye başladı. Filmlerin asıl hayal kırıklığı yaratan noktası ise finalde neler olacağını az çok tahmin edebiliyor olmamızdı. Bu sene vizyona giren Avengers serisinin sondan bir önceki filmi "Avengers: Infinity War"ın da benzer bir konuyla izleyici karşısına çıkacağını düşünmüştüm; fakat Marvel bu sefer ters köşe yapmayı başardı.

"Black Panther"la siyahi bir süper kahramanı öne çıkaran bir filmle izleyici karşısına çıkan Marvel, ses getirmeyi başardı. Zaman zaman açık bir şekilde görülen oldukça başarısız görsel efektleri ve klişeleşmiş olay örgüsüne rağmen yere göğe sığdıralamayan bir film olarak adını sinema tarihine yazından filmin bu kadar övgü almasının tek nedeni ne yazık ki politik doğruculuk. Martin Luther King



ve Malcom X gibi iki farklı liderin metaforu yapılan filmde neredeyse tüm güçlü karakterlerin kadın olduğunu da unutmamak lazım. “Sonsuzluk Savaşı” ise bu noktada cesur tercihleriyle oldukça farklı bir Marvel filmi sunmakla kalmıyor aynı zamanda çoklu kahraman barındıran çizgi roman filmlerinde de bir yeniliğin, daha doğrusu değişimin kapısını aralıyor.

Güçlü bir kötü karakter

2008 yılında “Iron Man” ile başlayan “Thor” ve “Captain America”yla devam ederek Marvel filmlerinin ilk evre kahramanlarını harika bir şekilde bir araya toplayan Marvel’ın “Infinity War”la bayrağı seriye yeni eklenen karakterlere bir nevi devir tesliminin başlangıcını izleme şansı buluyoruz. 10 senedir ekranları süsleyen Robert Downey Jr., Chris Evans ve Chris Hemsworth gibi ünlü oyuncuların yavaş yavaş karakterlerini yeni isimlere bırakmaya başladığı filmin en önemli kozu ise serinin yeni kötü karakteri Thanos. Marvel filmlerinin genel sorunu olarak görülen kötü karakter probleminin “Black Panther”le çözülmesiyle kendini gösteren seride Thanos’un diğer iki boyutlu kötü karakterlerin aksine bir ideolojisinin olması karakteri kendi içinde tutarlı hale getiriyor. Yaşam sağlamak için günümüzün en büyük problemi olan nüfus sorununu odak noktasına taşıyan filmde Thanos, gezegenlere refah sağlamak için yaşayan canlıların yarısını öldürerek dengeyi amaçlıyor. Kendi gezegeninde yaşadığı trajedi sebebiyle kendini diğer canlıları kurtarmaya adayan Thanos’un kötülüğünün bir “iyiliğe” dayanması bir nevi karakteri seyirciye yaklaştırarak “kötü” kalıbından sıyrılmasını sağlıyor. İyilik adı altında yaptığı kötülüklerin tartışılır olmasını bir kenara bırakırsak Thanos’un bir amacının olması, sadece kötü olmak için kötü olmaması doğal olarak filmi diğer Marvel filmlerinin bir tık önüne koyuyor.





Sevilen karakterlere veda

Filmin bir diğer özel yanı ise seyirciyi şok eden finali. Süper kahraman filmlerinin genel problemi olan sonunun önceden tahmin edilebilirliği artık her seyirciyi rahatsız eden en önemli unsur olarak göze çarpıyor. Stüdyoların para kaynağı olarak karakterleri öldürmekten çekinen stüdyoların yeni filmlerinde ana karakterlere bir şey olmadığı gibi önceki filmlerde ölen karakterleri de tekrardan bir şekilde geri getirme neredeyse bir gelenek olmuş durumda. İşte bu noktada cesur kararlar vererek seyircide şok yaratan “Sonsuzluk Savaşı”, belki de daha yeni tanıştığımız çok ünlü karakterlere veda etmemizi sağlıyor. Finalinin diğer Marvel filmlerinin aksine çok da iyi olmayan filmde Thanos’un planı çerçevesinde oluşan olaylar artık bu evrenin bir değişime girdiğini ve hiçbir şeyin eskisi gibi olmayacağının sinyallerini veriyor. Daha önceden de bahsettiğim gibi bir nevi bayrak devir teslimine seyirciyi hazırlayan filmin seneye vizyona girecek devam filmiyle daha acı verici bir finalle karşılaşacağımızın mümkün olduğunu düşünüyorum. Yine karakterleri geri getirme geleneğinin devam edeceğini fakat bununla beraber belki de hiç aklımıza getirmediğimiz başka karakterlere veda etmek zorunda kalacağımız devam filmiyle yeni bir evrenin başlangıcına tanıklık edeceğiz.

Marvel’ın önüne geçilemeyen başarısı

Marvel’ın bu noktaya gelebilmesinin en büyük nedeni ise kuşkusuz sabırla her karakteri ince ince işleyebilmesi. DC’nin aksine birden bire tüm karakterleri seyircinin önüne atmayan stüdyonun yarattığı filmlerle karakterleri seyirciyle tam olarak tanıştırabilmesi ve onlarla duygusal bir yakınlık sağlayabilmesi “Sonsuzluk Savaşı”nı bu kadar başarılı kılan en büyük etken. “Batman v Superman” filmiyle Superman’i öldüren ve seyircide bir gram bile duygusal etki bırakmayan DC’nin bir sonraki filmiyle sevilen karakteri tekrardan diriltmesi herkesin rahatlıkla tahmin edebileceği bir hareketti. Marvel’ı yakalayabilme umuduyla yapılan bir hamle olmasına rağmen seyirciye karakterlerle yakınlık kurma şansı vermediği için başarısızlığa uğrayan yapımın aksine Marvel stüdyoları 2008’den bu yana yaptığı her filmle yolunu “Sonsuzluk Savaşı”na hazırladı. İşte bu yüzden finaliyle seriyi takip edenlerin kalbine dokunan film, devam filmleri için şimdiden heyecan yaratmış durumda. Akıllarda yarattığı en büyük soru ise gelecek sene gelecek olan filmle bir devri sonlandıracak olan Marvel’ın bir sonraki seviyesi ne şekilde olacağı. Sanırım bunu görmek için bir 10 sene daha beklememiz gerekecek. “Sonsuzluk Savaşı”nın serinin 19. filmi olduğunu düşünürsek cevabı muhtemelen 38. filmde alacağız.





Onur Beşen (29)
Elektrik Elektronik Mühendisi

176 sn

Haydi! Organize olalım

Mutluluğunuz tamamen size özgü olan motivasyonunuzla doğrudan alakalıdır. Peki bunun temelinde yatan nedir? Motivasyon için organize olmak.



İngiltere'de yapılan bir çalışma, daha sağlıklı beslenmenin, daha iyi bir fitness hedefinin izlenmesinin ve çok daha fazla üretken olmanın stresin azaltılmasında büyük rol oynadığını kaydetmiştir. Bunun yanı sıra düzenli uyku, stresin azaltılması için organize olunması gereken en önemli konu olarak karşımıza çıkıyor. Farkında olun ya da olmayın, hayatlarımızın neredeyse her yönü daha iyi bir organizasyonla geliştirilebilir. Bunlardan sadece bir kaç tanesi ise şöyle;

Yaşadığınız ortamı düzenleyin

Eviniz en uygun ortamınız olmalı. Öyle değilse, bunu değiştirmek ve alanınızın kontrolünü ele almak için tüm gücünüzle çalışmalısınız. İlk adımda ise, eşyalardan kurtulmakla başlayabilirsiniz. Odanızda ya da evinizde şöyle bir etrafa bakın. İnanın ihtiyacınız olduğundan çok daha fazla eşyaya sahip olduğunuzu göreceksiniz. Bu yüzden en kısa zamanda bunlardan kurtularak hayatınızda yer açmaya başlayabilirsiniz. Evinizdeki ya da odanızdaki dağınıklık hem kendi zihninizle hem de ev içerisinde beraber yaşadığınız insanlarla uyuşmazlık olasılığını artırır. Görsel dağınıklık zihinsel karmaşayı besler, bunu unutmayın! Yatağınızın ve diğer mobilyaların altındaki gizli depolama alanından yararlanın. Altı aydan fazla kullanmadığınız eşyaları depoda saklayın. Eğer bir deponuz yoksa bu eşyaları bağışlayabilir ya da internet üzerinden rahatça satabilirsiniz.
Her çekmecenin belirli bir amaca sahip olduğunu bu yüzden 'gereksiz eşya çekmecesi' diye bir şey olmadığını aklınızdan çıkarmayın. Belgeleri dosyalara ayırarak kağıt dağınıklığını azaltabilirsiniz.

Belki de en önemli sorunlarımızdan bir tanesi olan kabloları görünmez bir şekilde saklayabilir kullanmadıklarımızı ise tamamen hayatımızdan çıkartabiliriz. Anahtarları ve eve gelen zarfları saklamak için tercihen giriş kapısının yakınında uygun bir alan belirleyin. Sabahları kıyafet seçerek zaman kaybetmek yerine, gece yatmadan bu hazırlığı yapmak en başında bahsettiğimiz düzenli uyku organizasyonumuza çok büyük katkıda bulunacaktır.

Günlük hayatınızı organize edin

Okul ya da iş alışkanlıklarınızın strese katkıda bulunmasına izin vermeyin. Bazı günler işe ya da okula isteyerek gitmeyebiliyoruz. Bu yüzden sizi işinizden ya da okuldaki kasvetli havadan kurturacak şeylere daha fazla odaklanarak böyle günleri de başarılı geçirmeye bakın. Organizasyon düzeyiniz aynı zamanda iş arkadaşlarınızın ya da okuldaki arkadaşlarınızın mutluluğuyla da ilişkilidir, bu yüzden iyi bir arkadaş olun ve bu ipuçlarını uygulamayı deneyin.

Mail kutunuzdaki mailleri her gün arşivleme yoluna gidin, "Gelen Kutusu"nda ne kadar az mail olursa inanın psikolojik olarak o kadar rahat hissedeceksiniz. Her şeyin yerinde olduğundan emin olarak masanızı sürekli temiz tutun. Pazartesiden cumaya hazırlanarak bunu bir oyun gibi düşünün ve planlar yapın.

Yemeklerinizi organize edin

Yiyecek stres değil, keyif kaynağı olmalıdır. Siz ikincisini hissediyorsanız, bu ipuçlarını deneyin.

Öğünleri önceden planlayın. Eğer zamanınız uygunsa, hızlıca ısıtıp yemek için dondurucunuzu kullanın. Ama bunu yaparken paketlemelerinizi öğünler halinde organize edin.



Paketleme öğle yemeğini daha kolay ve hızlı hale getirmek için meyveler, sebzeler, krakerler, peynir ve organize atıştırmalıkları tercih edin. Hayatınızdan cips ve kızartma gibi yiyecekleri çıkartmaya çalışın. Mümkün olmasa bile en aza indirmeye çalışın. Buzdolabının üzerine bir post-it yerleştirerek alışveriş listesi hazırlayın böylece plansız öğünleriniz için aç kalmamış olursunuz.

Sosyal yaşamınızı organize edin

Sosyal hayatınızı düzenleyerek daha etkili iletişim kurabilirsiniz. Arkadaşlarınız ve ailenizle iletişimizini her zaman en yüksek seviyede tutmaya çalışın. Çünkü sosyal olmak sizi hissetmediğiniz kadar daha mutlu edecektir. Stresi hayatımızdan çıkarmanın en doğru yollarından bir tanesi de bunu etrafınızla paylaşarak stres seviyesinin düşmesini görmektir. Bunu yaparken şikayet ederek ya da suçlayarak değil sadece paylaşmak için yaptığınızı unutmayın.

Telefonunuzu uçak modunda daha hızlı şarj edebilirsiniz, böylece daha az süre ulaşılamaz olursunuz. Maillerinize ve WhatsApp konuşmalarınıza her zaman zamanında cevap verin. Bu sizi her zaman ulaşılabilir kılacaktır, ki arkadaşlarınız arasında çok daha aktif olduğunuzu göstermiş olursunuz. Az konuştuğunuz arkadaşlarınızla iletişimi kopartmamak için telefonunuza belli periyotlarla hatırlatıcılar kurun ve bunlara uyarak aramaları yapın. Belki ilk zamanlar değil ama zamanla eskisinden çok daha iyi hissetmeye başladığınızı göreceksiniz. Duvarınıza "hedeflerinizi" yapıştırın ve bitirdiğiniz hedeflerinizi kesinlikle duvarınızda kaldırmayın sadece tamamladığınızı gösterir bir işaret koyun. Böyle yapmak size diğer hedefleriniz için bir parça da olsa motivasyon sağlayacaktır.



Sosyal medya hesaplarınızı temizleyin. Sevmediğiniz fotoğrafları silin ve zaman akışınızı güncel ilgi alanlarınıza uygun şekilde güncelleyin. Sosyalleşmek için yemek saatlerini kullanın ve kesinlikle yalnız yemek yememeye çalışın.

Bu küçük noktalarla başlayarak hayatınızı eskisinden çok daha mutlu ve stresten uzak yaşamaya başlayabilirsiniz. Hayatın her alanında organize olmak, sizin düşünme şeklinizi de çok daha üretken hale getirecektir. Şimdi siz de biraz olsun stresi hayatınızdan uzak tutmak için bunun gibi iyileştirmeleri hayatınıza uygulayın, göreceksiniz başladığınız andan itibaren bunun gibi bir sürü noktayı siz kendi hayatınızda bulup onu en iyi şekilde organize edebileceksiniz. Motivasyonunuzu kaybetmeyin.

Kadın düşmanlığı tüm biçimleriyle sergileniyor

Kadını ve kadın düşmanlığını merkezine alan "Bir Kelime Bin Mesele" sergisinin küratörü Burçe Saraçoğlu, bize serginin çıkış noktasını anlatıyor.

Semiha Ahmed **288 sn**



Küratörlüğünü Burçe Saraçoğlu'nun yaptığı "Bir Kelime Bin Mesele" sergisi, geçtiğimiz Nisan ayında GaleriBU'da gerçekleşmişti. Sergi "mizojini" kavramından yola çıkarak, kadını ve kadın düşmanlığını merkezine alıyor. Kadına karşı meşrulaştırılan mizojinik her türlü şiddet, tecavüz, kadın bedeninin metalaşması ve nefret söylemi gibi benzer ön yargıların günümüzde hala devam etmesinden yola çıkan "Bir Kelime Bin Mesele" sergisi bu meseleleri ve 11 farklı sanatçıyı bir araya getirerek konuyu genişletip kişisel deneyim ve birikimlerden oluşan anlatım biçimleriyle irdeliyor. Biz de İstanbul Kültür Üniversitesi Sanat Yönetimi bölümü son sınıf öğrencisi Burçe Saraçoğlu (23) ile bir araya gelerek serginin nasıl ortaya çıktığını ve Türkiye'deki kadın meselesini konuştuk. Bunun yanında, sergide yer alan sanatçılardan biri olan Marmara Üniversitesi Resim Bölümü mezunu Damla Yalçın'a (23) birkaç sorumuz oldu. Üretm disipilini olarak nakış tekniğini seçen Damla da bize sergide yer alan çalışmalarını anlattı.

"Bir Kelime Bin Mesele" sergisi fikri nasıl ortaya çıktı? Nasıl bir ihtiyaçtan yola çıktınız?
Burçe Saraçoğlu Okula bir sene ara verdim, dil eğitimi için New York'taydım. NY'ta hem sanatı gözlemlemek hem de ülkenin kültür çeşitliliğine tanık olmak beni birçok açıdan besledi diyebilirim. Bu bir senelik aradan sonra okula geri döndüm ve adapte olmaya çalıştım. Doğrusu kendim için o kadar rahat bir yerden tekrar baskıcı bir ortama dönmek çok zor oldu. Orada kendimi daha rahat hissediyordum; en basit örneği, giydiğim kıyafetlerle insanların rahatsız edici bakışlarına maruz kalmıyordum. Ülkeme döndüğümde bir kadın olarak yaşadığımız zorlukları daha iyi gözlemleyebildim. Tabii burada "Bütün kötülükler bizim ülkemizde" gibi suçlayıcı bir tavırda bulunmuyorum. Tecavüz, taciz, sözsel saldırı... Bunlar insanın olduğu her yerde var mesele bazı ülkelerin bazı noktaları aşmış olması.

Okulumun son senesi olduğundan üniversite bitirme projesi kapsamında bir sergi gerçekleştirecektik. Ben de ilk başta insan ve sonra bir kadın olarak yaşadığım zorlukları düşünerek kadın üzerine bir sergi gerçekleştirmeye karar verdim. Açıkçası, bana göre oldukça çok hassas bir konu olduğu için bu süreci ilerletmek biraz zor oldu. Jack Holland'ın "Mizojini Dünyanın En Eski Önyargısı Kadından Nefretin Evrensel Tarihi" adlı kitabından yola çıktım ve mizojini kavramını ele alarak 11 sanatçım ile bu süreci ilerlettik.

Bir küratör adayı olarak, bu sergi kadın üzerine yapılan ilk sergi değildi ve farklılık katmam gerektiğini düşündüm. Bu yüzden, bu meseleye ilk önce insanı koydum; daha sonra erkek, kadın, çocuk veya hayvan gibi bir ayrıma gittim. Çünkü bize göre saldırılar, şiddetler hiçbir canlıya uygulanmamalıydı. Kadın düşmanlığını, kadına gerçekleştirilen sözsel veya fiziksel saldırıları, kadının toplumdaki yerini cinsiyet ayrımcılığı yapmadan sorgulamaya çalıştık. Bu yüzden 11 sanatçımın arasında bir de erkek sanatçım var.


Burçe Saraçoğlu

Sergiyi gerçekleştirme amacınız ve hedefiniz neydi?
Burçe Saraçoğlu Dediğim gibi benim sergim kadın düşmanlığını temel alan ilk sergi değildi. Farklı noktaları da vurgulayarak kadına karşı bu düşmanlığın, saldırıların ne yazık ki hala var olduğunu göstermekti. Jack Holland kitabında da bu konuyu tarihsel süreçlere ayırarak yazmış. Okurken bazı noktalarda oldukça rahatsız olabiliyorsunuz ve hatta bizim okuyup, bilgilerinden yararlandığımız birçok felsefecinin veya yazarın dahi bu düşmanlığa ortak olduğunu bilmek şaşırtıcı bir etki bırakabiliyor.

Serginin küratörü olarak Türkiye'deki kadın meselesine bakışınız nedir?
Burçe Saraçoğlu Bana göre bu çok hassas bir konu. Sadece televizyonda izlediğimiz kadın cinayetleri saldırıları değil belki bizlerin de her gün yaşadığı ve artık bu durumu normalleştirdiği için susmak zorunda olduğu meseleler var. Ben pek susabilen taraf



değilim sanırım. Hala kadına zorla atfedilen durumlar var. Özellikle benim yaş grubum üzücü bir durumda. Evlendikleri an kendi hak ve özgürlüklerinden hemen vazgeçiyorlar ve hayatlarını birleştirdikleri o insana hizmet etmek zorundaymışçasına kendi hayatlarından vazgeçip ona ve onun sunduğu hayata kendilerini adıyorlar. Buna kendi yakın çevremde çok tanık oldum. Kadını sosyal hayattan koparmanın çok kolay olduğu düşüncesi ile evcil bir hayvan gibi önünüze sunulanla mutlu olmanız ve yaşamanız bekleniyor. Mesela toz almak veya çamaşır asmak şu an hala birçok erkeğin 'kadın işi' olarak sınıflandırdığı bir eylem. Oysa yaşamak için kadın veya erkek olmak fark etmez normal şartlarda hepimiz bunları yapabiliriz ama evlenince yemek yapmak, çamaşır yıkamak kadının asli göreviymiş gibi düşünülüyor. Bir şeyleri kadın veya erkek yerine önce insan olduğumuz için yapıyor olsak sorun kalmayacak aslında. Sanırım bu durumun biraz aile içerisinde yetiştirilmekle de alakası var ama bu konuları deşersek şu an içinden çıkamayabiliriz.

Bu meseleleri sadece evlilikte görmüyoruz, bir de kadın bedeninin reklamlarda veya dizilerde beklenen güzellik formlarında olma şekli var. Örneğin gevrek reklamlarında kadın bana göre zayıf fakat hala gevrek tüketmesiyle daha da zayıflanması bekleniyor ya da yaz geldiği için zayıflaması. Ah, şu kadınlara zorla dayatılmaya çalışılan güzellik kuralları...

Toplumumuzda hala aşamadığımız çocuk gelinler meselesi var bir de. Böyle bir şeyin üzerine konuşmak bile rahatsız edici. Zaten olmaması gereken bir şey.

Bir de bunların yanı sıra cinsiyet ayrımcılığına yol açan cümleler var. "Karı gibi gülme", "kız gibi oynama"... İnsanı kadın-erkek diye ayırmak yerine önce insan olarak yargılayıp değerlendirsek bana göre aramızda bir problem olmayacak. Sorunumuz iletişim kuramayıp yıllardır kabul edilen veya zorla ettirilen 'kadının görevi' adı altında sıralanan kurallar. Elbet bir gün bunları aşacağız ve birbirimizi insan olarak görmeye başlayacağız. Mühim olan ısrarla bu meselelerin üzerinde durmak bence.

Sergide hangi sanatçıların işlerine yer verdiniz?
Burçe Saraçoğlu Sergide; Beyza Boynudelik, Damla Yalçın, Eda Emirdağ, Hülya Sözer, İpek Duben, Leyla Emadi, Meltem Sırtıkara, Nur Koçak, Sena, Tan Taşpolatoğlu ve Yağmur Yılan'ın çalışmaları yer alıyor.

Özellikle bu sanatçıları seçmenizin bir nedeni var mı?
Burçe Saraçoğlu Sergide 11 sanatçı yer aldı. Özellikle bir ayrımım yoktu. Aralarında yeni mezun bir sanatçı da yer aldı. Bu süreci kendimce en iyi anlatabileceğim sanatçılarla bir araya geldim. Cinsiyet ayrımcılığı yapmadan meselemize odaklanmaya çalıştık. Sanatçılar kendi disiplinlerinde ürettikleri işlerle bu duruma bir pencere aralamaya çalıştı diyebiliriz. Kendimizce herkesin anlayabileceği bir odak oluşturmak istedik ve bunu sanatçılarla birlikte gerçekleştirdik sanırım.
Jack Holland, kitabında kadın düşmanlığını belli tarihsel süreçlere ayırarak ele almış. Ben de sergimde kuşaklararası bir iletişim kurmak adına İpek Duben ve Nur Koçak'ın işlerine yer verdim. Mesela, Nur hanımın işleri o dönemde kadının toplumsal hayattaki yerini sorguluyor. O zamanda da kadının sosyal hayattan nasıl soyutlanmaya çalışıldığına işlerle tanık olduk.

Bundan sonraki hedeflerinizde neler var?
Burçe Saraçoğlu Sergi süreci benim için mükemmel bir tecrübeydi. Bu yolda neler yapıp neler yapmamam gerektiğini gördüm. Daha çok öğrenecek şeyim olduğunu biliyorum. Bu yüzden olabildiğince kendimi geliştirmeye gayret edeceğim. Aklımda planladığım bir sergi projesi daha var. Bu sefer eş bir küratörle gerçekleştirmeyi planlıyorum. Şu an taslak aşamasında diyebiliriz.



Damla Yalçın

"Bir Kelime Bin Mesele" sergisinde yer alan çalışmanızı bizlere anlatabilir misiniz?
Damla Yalçın İki tane yerleştirmem yer aldı. İkisi de yastık formlarından oluşturduğum işlerdi. Birinde 2008-2015 yılları arasında Türkiye'de ölen kadınların isimlerini yazıp üzerine kanaviçe işlemiş olduğum tülle o geleneksel yapının içerisinde kadına yüklenen rollere ve gelinen sonuçlara vurgu yapmaya çalıştım. Diğer işim ise; galeri mekanının dışına yerleştirdiğim küçük, renkli yastıklardı. Formları ve renkleri oyuncağı çağrıştıran bu işimleyse çocuk gelinlere gönderme yapmaya çalıştım.

Sizce Türkiye'deki kadınların karşılaştığı en büyük zorluk nedir?
Damla Yalçın Tek bir şeyden söz etmek çok zor gerçekten çünkü kadına 'kadın' demeye çekinilen bir ülkedeyiz. Toplumsal cinsiyet ayrımcılığını en başta aile içinde gören biz kadınlar, sokağa adım attığımızda zorluklarla karşılaşmaya başlıyoruz.

Bu tarz çalışmalarda yer almaya devam edecek misiniz?
Damla Yalçın Tabii, teklifler oldukça yer almayı çok isterim.



Yaşamın Ucuna Yolculuk

Bir yere ait hissetmeyen ve sürekli gitme arzusu ile bir sonraki durağa beslenen umudu eserlerine taşıyan Tezer Özlü'nün "Yaşamın Ucuna Yolculuk" kitabını Erge Güçlü, yorumladı.



Erge Güçlü (25)
Business Intelligence Executive, Wavemaker

95 sn

Yaklaşık bir yıldır düzenli olarak JR Campaign'e kitap eleştirisi yazıyorum ve sanırım Tezer Özlü'nün "Yaşamın Ucuna Yolculuk" kitabından bahsetmek aralarında en zorlandığım eleştiri oldu. Tezer Özlü, yaşamı sürekli gitmek olarak algılayan muhteşem bir kadın. Muhteşem diyorum çünkü hayatlarımızı yaşamın ucuna yapılan bir yolculuk olarak tanımlayan bu kadın, naif tespitlerle kendi yaşamından çıkarımlarla bize keyifli bir anlatı sunuyor. Kitapla ilgili yorum yapmakta zorlanmamın sebebiyse okurken birçok yerde kendinizi bulduğunuz halde kitap bitince karşınızdakine "kesin okumalısın" dışında ekstra bir yorum yapmakta zorlanıyor oluşunuz çünkü bahsettiğim gibi bu kitap bir anlatı. Bir roman değil. Konusu yaşam, konusu her gün yaşadıklarımız, her gün yaşayamadıklarınız, her gün hissettiklerimiz, her gün görmezden geldiklerimiz, toplumun akılla bağdaşmayan zincirleri, özgürlüklerimiz, konuşamadıklarımız, gereksiz yere fazla konuştuklarımız, yalnızlıklarımız, boşluklarımız, fazlalıklarımız.



Yazar, yaşamın doğasında olduğuna inandığı gitme ihtiyacıyla yolculuğa çıkıyor ve yolculuklarından çıkarımlarla kendi içindeki yolculuğundan bahsediyor. Tezer Özlü'yü okurken Nilgün Marmara ve Sylvia Plath okuyormuş hissine kapılsam da bu iki yazar kadar karamsar olduğunu hiçbir zaman düşünmedim. Her ne kadar Türk edebiyatının gamlı, lirik prensesi olarak anılsa da benim için yazdığı her şeyin alt metninde umut taşır. O umudu yaşatır. Kitapta Virginia Woolf tarzı bilinç akış tekniği kullanılmıştır da denilebilir, ki bu birçok kişinin kitabı "dağınık" olarak yorumlamasına sebep olmuştur. Ancak bir anlatıdan beklenilen de tam olarak budur bence. Kitabın bıraktığı his hüzünlü ve hatta depresif de olsa ben kesinlikle yazarın içinde bir yerde yaşattığı umudu kitaba yedirdiğine inanıyorum. Devamlı gitme arzusu bir sonraki durağa beslenen bir umuttur; bu bir intihar şekli olsa dahi.

Bir yere ait hissetmeyen "hiçbir yerli" bir kadının yılmadan başka ülkelere, başka kentlere, başka duygulara, başka aşklara gitmesi ve tüm bu yolculuğu bir anlatıda toparlamasıdır aslında özetle bu kitap. Toplum normlarına ve tabulara karşı kendi içindeki kaosuna rağmen sergilediği başkaldırış. Bu, Tezer Özlü'yü bir kadın yazar olarak her zaman bambaşka bir yere koymama sebep olmuştur. Bu sebeptendir ki bu kitap bir yolculuğunuzda size mutlaka eşlik etmelidir.

Kitabı bitirince tek başınıza uzun bir yolculuğa çıkıp dağınık bir şekilde aklınızda ne varsa yazmak istiyorsunuz. Kendinizi tanımak için, içinizde ne olduğunu dışarıya vurabilmek için, yaşamla ilgili kişisel keşfiniz için.

"Ve yaşam yalnız rüzgar, yalnız gökyüzü, yalnız yapraklar ve yalnız hiç değil mi?"



"İnsan Doğası" İstanbul Modern'de sergileniyor

İstanbul Modern, Beyoğlu'daki geçici mekânındaki ilk süreli sergisinde, Ferko'nun sponsorluğunda, heykel sanatçısı Anthony Cragg'i ağırlıyor. Sanatçının her dönemine ilişkin bir seçkiye yer veren "İnsan Doğası" adlı sergi, 23 Mayıs – 11 Kasım 2018 tarihleri arasında görülebilir

Küratörlüğünü İstanbul Modern Genel Direktörü Levent Çalıkoğlu'nun üstlendiği "İnsan Doğası"nda, Cragg'in 1980'li yıllardan bu yana heykel sanatına dair sürdürdüğü denemeler, kapsamlı ve kronolojik bir bütünlükle bir araya getiriliyor.

Sergide, sanatçının erken dönem yapıtlarından duvar rölyefleri ve Cragg'in yıllardır çeşitli malzeme ve tekniklerle deneyimlediği "Erken Biçimler" ve "Akılcı Varlıklar" serilerinden örnekler sunuluyor. Ayrıca, malzemeye farklı bağlamlar kazandırdığı yapıtların yanı sıra, Cragg'in üretim sürecinin bir parçası olarak tanımladığı desenleri de yer alıyor.

Pera Müzesi'nden "Sarsılan İmge"

Pera Müzesi, ulusal ve uluslararası eğitim kurumlarıyla gerçekleştirdiği iş birlikleri ile genç sanatçıları görünür kılmaya devam ediyor. Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi'nden Lisansüstü ve Sanatta Yeterlik öğrencilerini bir araya getiren "Sarsılan İmge" başlıklı sergi, 06 Haziran – 26 Ağustos 2018 tarihleri arasında Pera Müzesi'nde izleyicileri bekliyor.

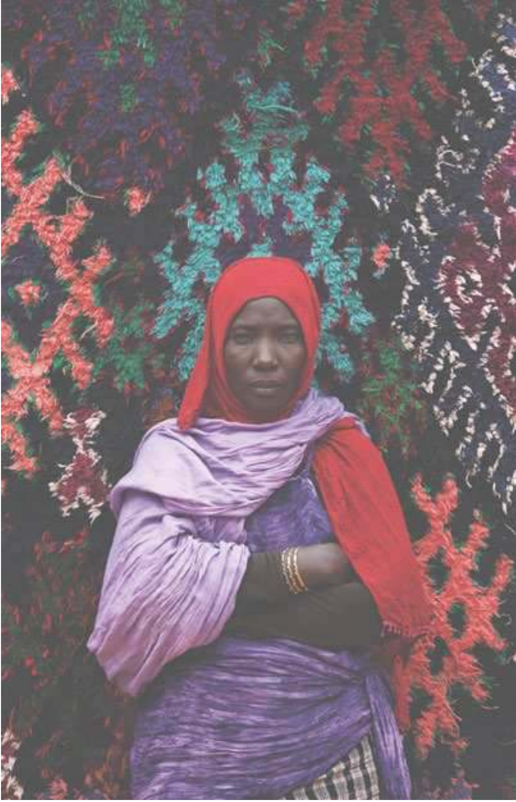
Küratörlüğünü Dilek Karaaziz Şener'in üstlendiği sergide, fakülte bünyesinde eğitimi devam eden sanatçıların, resim, heykel, yerleştirme, video, baskı, grafik ve seramik gibi çeşitli disiplin ve mecralardaki üretimleri bir araya geliyor. Sergilenen işler, genç sanatçıların görüntü, beden, toplum, bellek, mekân, doğa ve kültürel normlar gibi kavramlara bakışlarını yansıtırken, bu kavramların imgeyle olan ilişkisine odaklanıyor. Aynı zamanda imgenin kavramsal katmanlarını ve üretim süreciyle olan ilişkisini araştıran işler, genç kuşak sanatçıların güncel sorgulamalarını ortaya koyuyor.



30 yıllık gezilerden "Yüzler" serisi

Fotoğrafçı Serge Anton yaptığı 30 yıllık gezilerin ardından ortaya "Faces" ismini verdiği bir portre serisi çıkarıyor.

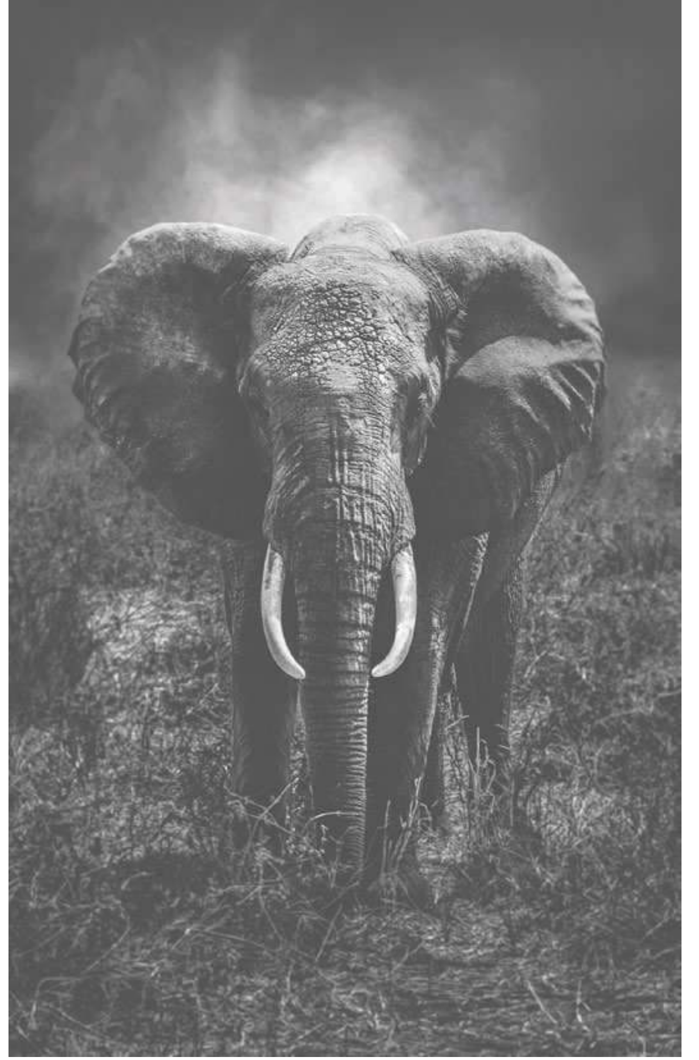
Belçikalı fotoğrafçı, Asya ve Afrika'ya yaptığı gezilerinde birçok duygu yüklü ve incelikli insanla tanışmış. Karşılaştığı bu insanları fotoğraflamaya başlayan Anton, Faces ismini verdiği bir derleme ile onların portrelerini bir araya getirmiş. Sonuç olarak, bir tavır sergilemeden, dünya üzerindeki kültürlerin evrensel ruhlarını ortaya koyan bir çalışma hazırlamış.



İlginç bir şekilde Anton'un profesyonel mecrası dış ve iç mimariymiş. Ama bu çalışmasında nasıl samimi bir şekilde insan portresi yakalayabildiğini de gösteriyor. Portre çekimi konusundaki ustalığının sebebi ise insan doğasına karşı yıllardır var olan ilgisiymiş. Faces'ın ön sözünde bu ilgisini şöyle açıklıyor: "Çocukluğumdan beri yüzlere bir





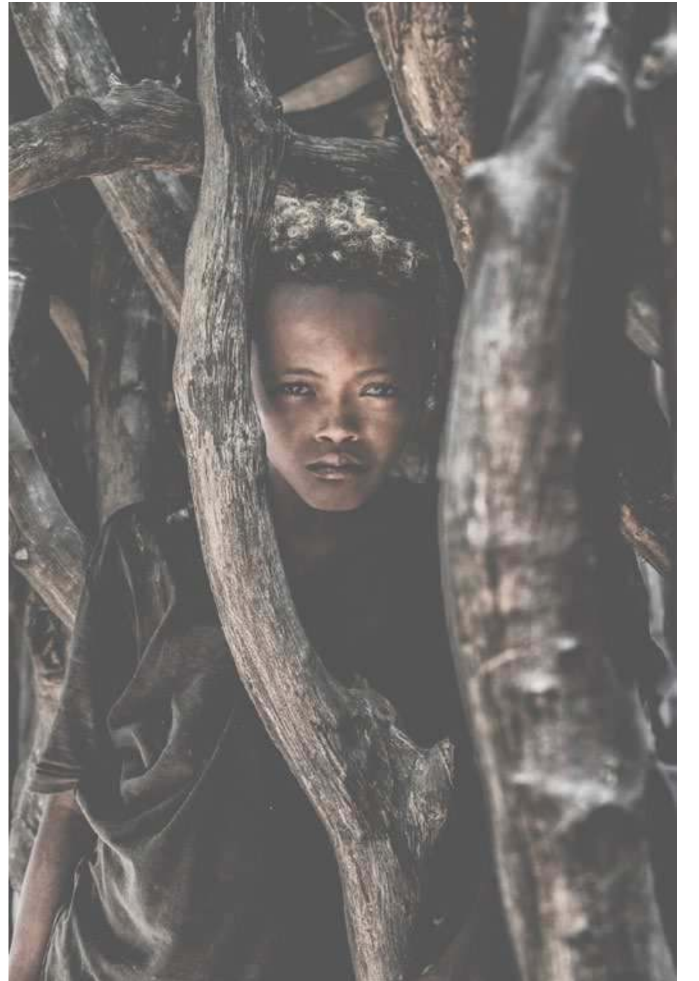


düşkünlüğüm vardı. Onları inceleyip, çözmeye, anlamaya çalışır ve ne anlatmaya çalıştıklarını hissetmeyi denerdim. Çocukken insan yüzlü kitaplarla sarılı olduğumu hissederdim."

Suratları ruha bir pencere olarak gören Anton'un portreleri insanların yüzlerindeki hatlara derin bir bakış atıp onların inceliklerini gözler önüne seriyor. Portrelere herhangi bir alt yazı veya açıklama eşlik etmiyor. Bu nedenle, seyircilerin fotoğraflardaki insanı anlayabilmesi için hatlara özellikle dikkat etmeleri gerekiyor. Yaşlılık ve bilgelik belirten kırışıklıklardan, gülen bir çocuğun kırmızı yanaklarına kadar her hat kişi hakkında bir şey anlatıyor. Bu 'sessiz' portreler sayesinde Anton bize insan doğasının evrenselliğini gösteriyor.

"Yüz ruha açılan bir penceredir… İnsanın içinde sakladığı şeyi yansıtan bir aynadır. Ruhani, duygusal şeyleri gösteren, ruhun durumunu, uçucu veya saydam bir ifadenin yansıdığı bir ayna. Ben o ani somutlaştırmayı ve sinsice, sadece o eşsiz anda bulunan o ifadeyi yakalamayı seviyorum."





NİSAN 2018

Pazartesi	Salı	Çarşamba	Perşembe	Cuma	Cumartesi	Pazar
						Bir Başka Sinema Borusan Contemporary 15:30
16 **Guthrie Govan ft. Yiorgos Fakanas Group** Zorlu PSM 20:00	17 **Extra Gastronomy** MSA'nın Restoranı 20:00	18 **İstanbul Devlet Opera ve Balesi: Don Kişot** Zorlu PSM 20:30	19	20 **Meddah #4 Jon Kraus** Arkaoda 22:00	21 **Riff Cohen** IF Performance Hall Beşiktaş 20:00	22
23 **TEDxIstanbul** Zorlu PSM 12:30	24	25 **Moğollar 50. Yıl Özel Konseri** Sanat Performance Sahnesi 21:00	26 **Jizel Balesi** Zorlu PSM 20:30	27	28 **Renaud Garcia-Fons** World String Octet, CRR Konser Salonu 20:00	29 **Pestilence** Kadıköy Sahne 21:00

MAYIS 2018

Pazartesi	Salı	Çarşamba	Perşembe	Cuma	Cumartesi	Pazar
30	1	2 **Zorlu PSM Caz Festivali** Zorlu PSM 20:00	3 **Gül Sunal** Gölge Feslikannarı, BKM Mutfak Çarşı 20:30	4	5	6
7	8	9 **Killology** Craft Kadıköy 20:30	10	11 **City Fest** UNIQ Açık Hava Sahnesi 19:00	12	13 **Radio Moscow** Dorock XL 22:30
14 **National Geographic Live: Uzaydan Dünyamız** Zorlu PSM 20:00	15 **TEDxBahcesehir Universty** Olasılıklar 11:00	16	17	18	19	20

Intercity SILVER CUP
Intercity GOLD CUP
Intercity PLATINUM CUP

YERLERİNİZİ ALIN!

23 Haziran'da!

2018 sezonu Intercity Tek Marka Kupa Yarışları ve Pist Günleri tüm hızıyla Intercity Istanbul Park'ta devam ediyor!

Intercity Silver Cup'ta Clio'lar,
Intercity Gold Cup'ta Megane'lar,
Intercity Platinum Cup'ta Caterham'lar hazır.

Pilotlar hazır. Pist Hazır.
Siz de hazırsanız devam ediyoruz!

21-22 Temmuz 2018	Pist Günleri
11-12 Ağustos 2018	Pist Günleri
1-2 Eylül 2018	Pist Günleri
21-22-23 Eylül 2018	Tek Marka Kupa Yarışları ve Pist Günleri
28-29-30 Eylül 2018	Tek Marka Kupa Yarışları ve Pist Günleri
27-28 Ekim 2018	Tek Marka Kupa Yarışları ve Pist Günleri
24-25 Kasım 2018	Tek Marka Kupa Yarışları ve Pist Günleri

Seyirci girişleri ücretsiz, otopark 20TL'dir.

Intercity ISTANBUL PARK

SNS